



INSTITUTO CARLOS MATUS

DE CIÊNCIAS E TÉCNICAS DE GOVERNO



Ciclo de formação da Alta Liderança

Curso: Direção,
Planejamento e Gestão de
Campanhas Eleitorais

Instituto Carlos Matus de Ciências e Técnicas de
Governo

“El arte de gobernar es el arte de construir mundos deseables y posibles”

Carlos Matus

JUSTIFICATIVA

O momento político de crise e transformações sociais que passam o mundo e o país levam os partidos e os políticos a se renovarem de modo a darem as respostas que a sociedade espera deles, a forma com que se organizam, mas, sobretudo, como atuar em campanhas eleitorais modernas. Hoje já não existem as condições que permitiam os modelos de organização partidária e o de campanha eleitoral tradicionais em que os problemas centrais giravam em torno de poder, financiamento e de marketing.

A sociedade e os eleitores tinham até então comportamento que os partidos e os políticos dominavam, pois era previsível e coletivo. Entretanto, com o avanço das tecnologias da informação e da comunicação e com o uso da internet e das redes sociais, a sociedade e os eleitores passaram a demandar uma relação direta, personalizada e com foco nos reais problemas da agenda social. Entender esse fenômeno e saber atuar nesse novo momento tornou-se crítico, não só para os partidos e para os políticos, como também para o governo e para a sociedade.

OBJETIVOS

Contribuir para elevar a capacidade de direção, planejamento e organização de campanhas eleitorais por parte dos candidatos, dos partidos políticos e das equipes assessoras, mediante a aplicação de ferramentais provenientes das Ciências e Técnicas de Governo e do Planejamento Estratégico Situacional.

- Familiarizar os participantes com os aportes recentes das Ciências e Técnicas de Governo, na modernização dos partidos e na formulação e implantação de estratégias eleitorais.
- Guiar a construção dos elementos básicos de um Programa de Governo para o(a) candidato(a).
- Orientar o desenho e as estratégias de comunicação na internet e nas redes sociais.
- Definir, em conjunto, os critérios para a estruturação de um esquema organizativo de campanha, a ser aplicado e aperfeiçoado no transcurso do pleito eleitoral.

DETALHAMENTO DO CURSO

I. **Módulo 1 – A Importância da Estratégia e do Planejamento Estratégico no Contexto de Campanhas Eleitorais**

MI.1. Objetivo

As mudanças globais que hoje afetam o mundo e o Brasil reconfiguram a forma como se alinham os atores públicos e privados ao redor de projetos políticos de interesse

comum. Eles têm como objetivo exigir que os novos políticos atuem como sujeitos responsáveis num cenário de uma nova política ampliada de responsabilidade compartilhada, aberta e evolutiva. Desta maneira a forma de se fazer campanhas eleitorais mudou, de tal forma, que o que sabíamos desta arte, pouco restou. Entender as transformações que as afetaram, como atuar neste novo momento e quais são as novas ferramentas para a nova política são cruciais para as campanhas eleitorais.

MI.2. Conteúdo

- Planejamento Estratégico Situacional – PES aplicado à campanhas eleitorais.
- As diferenças entre os conceitos de estratégia quando aplicados ao mundo privado e ao mundo político.
- Construção de viabilidade política como recurso para o sucesso de um planejamento estratégico de campanha.
- A diferença entre inteligência estratégica e estratégia de marketing em uma campanha eleitoral.
- O uso dos resultados de um governo na campanha eleitoral.
- Relação entre Programa de Governo, Plano de Governo e campanha eleitoral.

II. Módulo 2 – Formulação de Programas de Governo com a Participação e Colaboração da Sociedade

MII.1. Objetivo

Entender as diferenças entre Plano de Campanha e Plano de Governo, sua importância e seu papel na organização e direção de uma campanha eleitoral e na condução do Governo.

E também como agregar novos canais de participação e colaboração da sociedade no processo de formulação de Planos de Campanha para dar a credibilidade e aceitabilidade que a sociedade demanda do governo e mandato de seus representantes.

MII.2. Conteúdo

- Como se foca a atenção e como são selecionados os pontos críticos de atuação.
- Os conceitos de: Problema, Macroproblema e Problemas específicos.
- Problemas Centrais e Problemas Comunitários.
- Um governo não pode ser melhor que sua seleção de problemas.
- A qualidade de um governo é construída a partir na seleção de problemas durante o processo eleitoral.
- Protocolo para a seleção de problemas.

III. Módulo 3 – A Campanha em Ação

MIII.1. Objetivo

Aprender como se desenrola uma campanha eleitoral estratégica e os conceitos para entender o que acontece nos seus diferentes níveis: na organização, no comando e na operação.

MIII.2. Conteúdo

- Construção do arco de grande estratégia.
- O plano de campanha se completa na ação.
- A qualidade da campanha não pode ser melhor que a qualidade de sua organização.
- O triângulo de ferro de uma organização.
- Os sistemas de direção de uma campanha:
 - Agenda do candidato.
 - Assessoria tecnopolítica.
 - Presença política e mobilização popular.
 - Sistema de imagem.
 - Sistema de planeamento estratégico.
 - Sistema de financiamento e orçamento.
 - Sistema de Monitoramento e Sala de Situações.
 - Sistema de organização dos militantes.
 - Sistema de capacitação de líderes e militantes.
- Modelo organizativo básico de uma campanha eleitoral.

IV. Módulo 4 – Inteligência Estratégica para Campanhas Eleitorais na Internet

MIV.1. Objetivo

Entender como atuar no mundo da internet levando em conta a complexidade e as relações que se estabelecem neste meio. O impacto da internet e das redes sociais nas campanhas eleitorais e na formação de opinião dos eleitores.

Entender a diferença entre Inteligência de Campanha e Marketing de Campanha.

Explorar ferramentas que dão suporte ao planeamento, escuta, análise, comunicação e ação na internet.

MIV.2. Conteúdo

- Estratégia de Posicionamento Digital.
- Planeamento Estratégico para Campanhas na Internet.
- Sistema de Monitoramento e Avaliação na Internet.
- Análise do impacto das ações no mundo virtual.
- Leitura das demandas e percepção do eleitorado.
- Estudo de influenciadores e formadores de opinião dos meios digitais.
- Ferramentas de Escuta Ativa na internet.



- Construção de discursos para os diferentes canais e segmentos da internet.
- Ferramentas que dão suporte à Prevenção e ao Manejo de Crises na internet.

CARGA HORÁRIA DO CURSO: 60h

EQUIPE DOCENTE

Nossa equipe de docentes é composta por consultores sêniores em Planejamento Estratégico Situacional, de modo que toda a teoria e metodologia seja apresentada e respaldada em experiências e casos reais. Além disso, também contamos com consultores e monitores que dão o suporte necessário para a realização do curso.

Contato

Sobre outras dúvidas, informações e cotação de valores sobre cursos in company:

- tel: +55 19 3381-7845
- e-mail: contato@institutocarlosmatus.com
- cel: +55 19 9 8135-4579 (whatsapp)