

Campanha Publicitária do Terceiro Setor

Transformando conhecimento em impacto social real através da
comunicação estratégica



O Terceiro Setor: Um Pilar da Sociedade



O Terceiro Setor desempenha papel fundamental na promoção de direitos sociais, ambientais, culturais e educacionais. Organizações sem fins lucrativos, ONGs, fundações e cooperativas atuam como pontes essenciais entre necessidades sociais e soluções sustentáveis.

Porém, muitas enfrentam dificuldades de comunicação por falta de recursos técnicos e financeiros, limitando seu alcance e impacto.

Agentes de Transformação Social



Prospecção e Contato

Estabelecer parcerias diretas com organizações do Terceiro Setor



Coleta de Briefing

Interpretar necessidades reais e objetivos da instituição



Planejamento Estratégico

Desenvolver diagnóstico e estratégias comunicacionais



Criação de Campanha

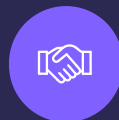
Produzir materiais alinhados à causa social

Objetivos de Aprendizagem



Compreender o Terceiro Setor

Funcionamento, organizações e desafios enfrentados



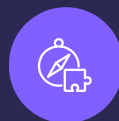
Contato Profissional

Estabelecer comunicação com organizações reais



Interpretação de Briefing

Coletar e analisar demandas do cliente



Ferramentas Estratégicas

Diagnóstico e planejamento de campanha



Criação com Responsabilidade

Campanhas alinhadas a causas sociais



Colaboração Ética

Trabalho inclusivo e uso consciente de IA



Metas do Projeto

01

Parceria Real

Formalizar 1 parceria entre grupo e instituição do Terceiro Setor

03

Materiais Estratégicos

Produzir materiais alinhados à demanda social identificada

02

Campanha Completa

Desenvolver 1 campanha publicitária integral para a organização parceira

04

Comunicação Ética

Exercitar empatia, escuta ativa e comunicação responsável

Habilidades Desenvolvidas



Planejamento Estratégico

Capacidade de estruturar campanhas desde diagnóstico até execução



Comunicação e Negociação

Interpessoal, escuta ativa e construção de relacionamentos profissionais



Pensamento Crítico

Análise de contexto social, institucional e impacto das ações



Criatividade Responsável

Produção criativa alinhada com responsabilidade social



Trabalho em Equipe

Colaboração, divisão de tarefas e gestão conjunta de projetos



Uso Ético de IA

Aplicação crítica, transparente e responsável de inteligência artificial

Conteúdo Programático

Terceiro Setor

Conceitos, tipos de organizações e desafios específicos

Publicidade Social

Publicidade de causa e comunicação para transformação

Prospecção e Contato

Abordagem profissional com clientes reais

Briefing e Diagnóstico

Coleta de informações e análise comunicacional



Inclusão e Acessibilidade

Comunicação universal e design inclusivo

Ferramentas de Planejamento Estratégico

Persona

Perfil detalhado do público-alvo com características demográficas, comportamentais e psicográficas

Mapa de Empatia

Compreensão profunda das necessidades, desejos, medos e motivações do público

Jornada do Público

Mapeamento das etapas e pontos de contato entre público e organização

Análise SWOT Social

Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças no contexto social

Golden Circle

Propósito, processo e produto: comunicação que inspira ação

Ética, Responsabilidade e IA



Ética Profissional

Responsabilidade social e compromisso com causas genuínas



Transparência

Clareza nas ações e comunicação honesta com todos os envolvidos



IA Responsável

Uso crítico e consciente de ferramentas de inteligência artificial

O uso consciente de IA deve ser transparente, respeitando a propriedade intelectual e garantindo que a tecnologia amplifique, e não substitua, a criatividade humana e a conexão genuína com causas sociais.



Próximos Passos

Formação de Grupos

Equipes de 4-5 estudantes com papéis definidos

Prospecção de Parceiros

Identificar e contatar organizações do Terceiro Setor

Briefing e Diagnóstico

Coletar informações e aplicar ferramentas estratégicas

Criação da Campanha

Desenvolver materiais e apresentar proposta final

- ❑ **Lembre-se:** Esta não é apenas uma atividade acadêmica, mas uma oportunidade real de transformar vidas e fortalecer o Terceiro Setor através da comunicação estratégica.