



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MATO GROSSO
 Av. Historiador Rubens de Mendonça, 4750 - Bairro Centro Político e Administrativo - CEP 78049-941 - Cuiabá - MT - <http://www.tre-mt.jus.br/>

PROJETO BÁSICO

Objeto	Prestação de serviço de capacitação para servidoras e servidores do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso, unidade ASCOM, mediante presencial 'Imersão Google Ads', em Cuiabá, nos dias 21, 22 e 23 de julho de 2023.
Objetivos	<p>O treinamento pretendido visa capacitar os servidores da ASCOM sobre o funcionamento dos recursos de publicidade do Google, suas redes, tipos de campanhas, funil de marketing, comportamento dos usuários, entre outros pontos.</p> <p>Ao final da capacitação, espera-se que os participantes sejam capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Criar contas próprias para o TRE-MT estar apto a potencializar seu conteúdo via Google - Configurações de pagamentos - Estrutura básica de campanhas - Metas de campanhas

Justificativas	<p>A participação dos integrantes da ASCOM-TRE-MT na Imersão Google Ads é essencial devido à constante evolução dos eleitores no ambiente digital e à necessidade urgente de combater a desinformação que permeia a sociedade. No atual cenário, em que a internet se tornou a principal fonte de informação para muitos eleitores, é crucial que a ASCOM-TRE-MT esteja preparada para levar conteúdo confiável e transparente por meio das ferramentas de marketing disponíveis.</p> <p>A Imersão Google Ads oferece um curso intensivo e prático que direciona empresários, empreendedores e profissionais para o desenvolvimento de técnicas específicas no uso das ferramentas de marketing do Google. Considerando que o Google é a maior plataforma de busca e publicidade online do mundo, dominar suas ferramentas se torna um diferencial estratégico para a ASCOM-TRE-MT.</p> <p>Ao participarem desse curso, os integrantes da ASCOM-TRE-MT adquirirão conhecimentos valiosos para aprimorar a eficiência da comunicação do tribunal com o público eleitor. Eles poderão desenvolver estratégias direcionadas e segmentadas, criando anúncios impactantes que alcancem o público-alvo de forma mais eficaz. Além disso, o domínio das ferramentas de marketing do Google permitirá a mensuração precisa dos resultados das campanhas, possibilitando ajustes e otimizações para garantir o sucesso das ações de divulgação.</p>
-----------------------	--

Dessa forma, a participação na Imersão Google Ads proporcionará à ASCOM-TRE-MT a capacidade de enfrentar o desafio da desinformação, fornecendo informações confiáveis e relevantes para os eleitores. Ao implementar estratégias de marketing digital eficazes, o tribunal poderá ampliar o alcance de suas mensagens, engajar o público e fomentar a participação cidadã consciente e informada. Além disso, o fortalecimento da comunicação digital contribuirá para a reputação do TRE-MT como referência em transparência eleitoral, promovendo a confiança dos eleitores nas instituições democráticas.

Metodologia	Exposição audiovisual com interação entre participantes e as pessoas facilitadoras. Constantes exercícios práticos que permitem aos participantes saírem do treinamento com campanhas de anúncios no ar antes mesmo do final do curso.
--------------------	--

Requisitos do proponente	1. Alfabetização primária. 2. Conhecimento prévio sobre navegação em sites da Internet e Mídias Sociais. 3. Disponibilidade para dedicar-se 3 dias seguidos integralmente ao treinamento.
---------------------------------	---

Modalidade	Presencial, com 3 encontros em dias seguidos com período integral.
-------------------	--

Tipo de turma	Fechada.
----------------------	----------

Conteúdo mínimo	<p>O que é Google Ads e Conceitos Fundamentais – O que é a plataforma de publicidade do Google – Redes do Google – Onde aparecem os anúncios – Tipos de campanhas – Benefícios do Google Ads – Funil de marketing – Como decidir qual rede usar – Comportamento dos usuários – Criação de conta – Permissões e acesso à conta– Configurações de pagamentos – Estrutura básica de campanhas – Metas de campanhas Rede de Pesquisa do Google Ads – Planejamento de campanha de pesquisa – Configuração de campanha de pesquisa – Segmentações de público-alvo – Estratégias de lances – Lances automáticos – Lances manuais – Programação de anúncios – Grupos de anúncios – SKAG (single keyword ad group) – Termos de pesquisa e palavras-chave – Pesquisa de palavras-chave – Estrutura de palavra-chave – Planejador de palavras-chave – Correspondências de palavras-chave – Anúncios dinâmicos de pesquisa – Anúncios de texto responsivos – Recursos de anúncios – Recursos automáticos Rede de Display do Google Ads – Planejamento de campanha de display – Configuração de campanha de display – Segmentações de público-alvo – Exclusões de conteúdo – Otimização de campanhas – Estratégias de lances Grupos de anúncios – Como criar anúncios de display – Formatos de anúncios – Criação de anúncios gráficos (responsivos) – Criação de anúncios gráficos (estáticos) – Boas práticas na Rede de Display Publicidade em Vídeo (YouTube) – Planejamento de campanha de vídeo – Configuração de campanha de vídeo – Segmentações de público-alvo – Exclusões de conteúdo – Otimização de campanhas – Estratégias de lances – Grupos de anúncios – Tipos de anúncios de vídeo – Como criar anúncios de vídeo – Criação de campanha no YouTube – Boas práticas de anúncios em vídeo Análise de Performance e Métricas – Índice de qualidade – Principais métricas – Políticas de anúncios – Políticas de sites – Análise de campanhas – Análise de grupos de anúncios – Análise de anúncios – Análise de palavras-chave – Status de palavras-chave – Parcelas de impressões– Classificação</p>
------------------------	---

do anúncio – CPC Real – Taxa de cliques – Relevância dos anúncios – Relatório de termos de pesquisa – Relatório de informações do leilão – Listas de palavras-chave negativas – Diagnóstico e visualização de anúncios Recursos Adicionais – Acompanhamento de conversões – Configuração de conversões no Google Ads – Gerenciador de públicos-alvo – O que é remarketing – Como configurar os públicos de remarketing – Origens de públicos-alvo – Listas personalizadas (visitantes do site) – Listas personalizadas (usuários do YouTube) – Criação de campanha de remarketing – Criação de anúncios responsivos para remarketing – Exclusões de públicos de remarketing – Otimização de campanhas – Ajustes de lances por local – Ajustes de lances por dispositivos – Programação de anúncios – Minha Central de Clientes (MCC) – Google Ads Editor

Carga horária	24h ao total
Local	Hotel Slaviero Slim Cuiabá Aeroporto.

Público-alvo	Empresários, profissionais, estudantes e demais interessados.
---------------------	---

Quantidade de participantes	40 participantes.
------------------------------------	-------------------

Período e horário de realização	21, 22 e 23 de julho de 2023, das 09h00 às 17h00 nas 3 datas.
--	---

Avaliação da ação de capacitação	- Entrega da carga horária mínima prevista; - Pleno atendimento ao conteúdo mínimo, à metodologia e a modalidade previstos; - Entrega de certificados;
---	--

Condições para pagamento	- Emissão de nota fiscal ou recibo de prestação de serviços; - Situação fiscal e trabalhista regular.
---------------------------------	---

Sanções	<ul style="list-style-type: none"> - Caso a contratada não inicie a realização do curso no dia agendado e nas condições avençadas, ficará sujeita à multa de mora de 3% (três por cento), sobre o valor total da contratação, por dia de atraso injustificado, limitada sua aplicação até o máximo de 2
----------------	--

(dois) dias. - Após o 2º (segundo) dia de atraso no início do curso, o objeto deste contrato poderá ser recusado, configurando-se, nesta hipótese, a inexecução total do objeto, estando sujeita à multa de 20% (vinte por cento) do valor total contratado, sem prejuízo das demais consequências previstas em lei e nos instrumentos contratuais. - Depois de iniciado o curso, no caso de interrupção nas atividades por tempo superior a meia hora e limitado a uma hora e meia, presente o interesse público e a plena possibilidade de reposição, a Administração poderá aceitá-lo. Nesta hipótese, a contratada estará sujeita à multa de 4% (quatro por cento) sobre o valor total contratado, sem prejuízo das consequências previstas em lei e nos instrumentos contratuais. - Caso a contratada supere o montante de uma hora e meia de interrupção e não haja a plena possibilidade de reposição, o serviço poderá ser recusado, configurando-se também nessa hipótese, a inexecução total do objeto contratado, estando sujeita à multa de 20% (vinte por cento) do valor total contratado, sem prejuízo das consequências previstas em lei e nos instrumentos contratuais. - As multas de mora e por inexecução parcial, quando aplicadas de forma isolada ou concomitantemente, não ultrapassarão o limite de 10% (dez por cento) do valor total contratado.

Fiscalização

- A fiscalização do contrato ficará a cargo da Seção de Planejamento e Treinamento/CED do TRE-MT

DANIEL DINO DE SOUSA CARDOSO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO TRE-MT



Documento assinado eletronicamente por **DANIEL DINO DE SOUSA CARDOSO, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**, em 15/06/2023, às 10:10, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no link "[Verificador](#)" informando o código verificador **0590796** e o código CRC **775A7A1B**.