

ANEXO XXIII
PLANO DE COMUNICAÇÃO

PLANO DE COMUNICAÇÃO		
1. Introdução – Contextualizar o projeto. (indicar o nome, a descrição do projeto e suas principais características)		
2. Diagnóstico e necessidades de trabalho. (descrever a importância do objeto para o território de atuação).		
3. Objetivos gerais e específicos do Plano de Comunicação.		
4. Identificar os públicos. (destinados do projeto e como eles serão informados).		
5. Identificar as estratégias, as ações e as metas a serem realizadas no Plano.		
6. Identificar os produtos, objetivos e indicadores a serem alcançados.		
Produto	Objetivo	Indicador
Criação da Logo	Dar identidade visual ao projeto	Logo criada
Folheto	Divulgar o projeto nas comunidades escolhidas	Panfleto criado
Banners		
Cartazes		
Inserção em TV		
Informativo		
Impulsionamento em redes sociais		
Outros produtos		

7. Identificar os canais de comunicação a serem utilizados. (Rádios, TVs, jornais, canais digitais e citar nome de todos eles)

8. Principais atividades de comunicação que serão utilizadas no plano.

9. Identificar peças de divulgação.

Peça de divulgação	Formato	Quantidade	Meio utilizado	Data de produção	Data de veiculação
Ex.: Folder, cartaz, banner, camiseta, mídias sociais, etc.	Ex.: Texto digital, impressão, etc.		Ex.: Rádio, TV, internet, etc.		

10. Equipe de comunicação participante do plano. (citar todos os profissionais contratados, agência)

11. Recursos financeiros.

Descrição do item	Valor
Valor Total do Plano Deve corresponder a no mínimo 5% do valor total do projeto.	R\$

Declaro serem verdade todas as informações contidas no Plano de Comunicação e que cumprimos todas as orientações acerca de comunicação e divulgação contidas na Portaria que regulamenta as parcerias MROSC da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação do Distrito Federal, bem como enviaremos relatório das ações aqui descritas juntamente com a prestação de contas do projeto.

Profissional de Comunicação
(Opcional)

Representante Legal da OSC