

ESTRATÉGIAS DE

ANÚNCIOS

ON-LINE

PARA COMUNICAÇÃO POLÍTICA



ITINERÁRIO DO DIA



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

PUBLICIDADE



TEMA 1

PUBLICIDADE

1.1 *A DIFERENÇA ENTRE JORNALISMO E PUBLICIDADE*

**“VENDER” FAZ PARTE DA
COMUNICAÇÃO POLÍTICA?**





O QUE VIEMOS FAZER AQUI HOJE?



ENTENDER MELHOR AS POSSIBILIDADES DE ENTREGA DE CONTEÚDO POLÍTICO PARA ELEITORES

A COMUNICAÇÃO POLÍTICA TEM SUA ORIGEM NO JORNALISMO



COMUNICAÇÃO
ORGÂNICA
E INFORMATIVA



O QUE TORNA A PUBLICIDADE POUCO DIFUNDIDA NO MEIO



CONTEÚDO INFORMATIVO

NARRA FATOS

LEVA INFORMAÇÃO

X



CONTEÚDO PROMOCIONAL

VENDE IDEIAS

FORMA JUÍZO DE VALOR

PUBLICIDADE

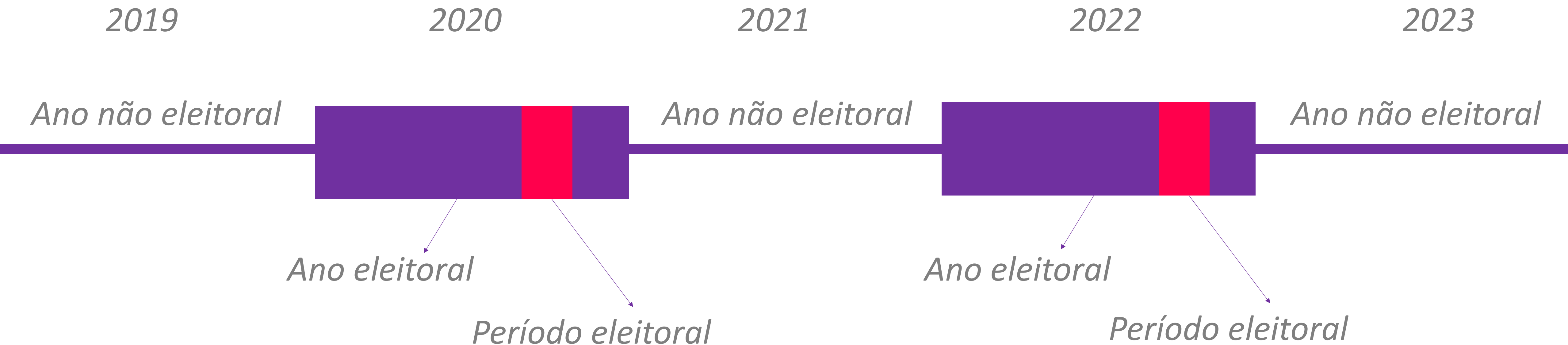
1.2 *A PUBLICIDADE NA COMUNICAÇÃO POLÍTICA*

O QUE PODE SER FEITO?



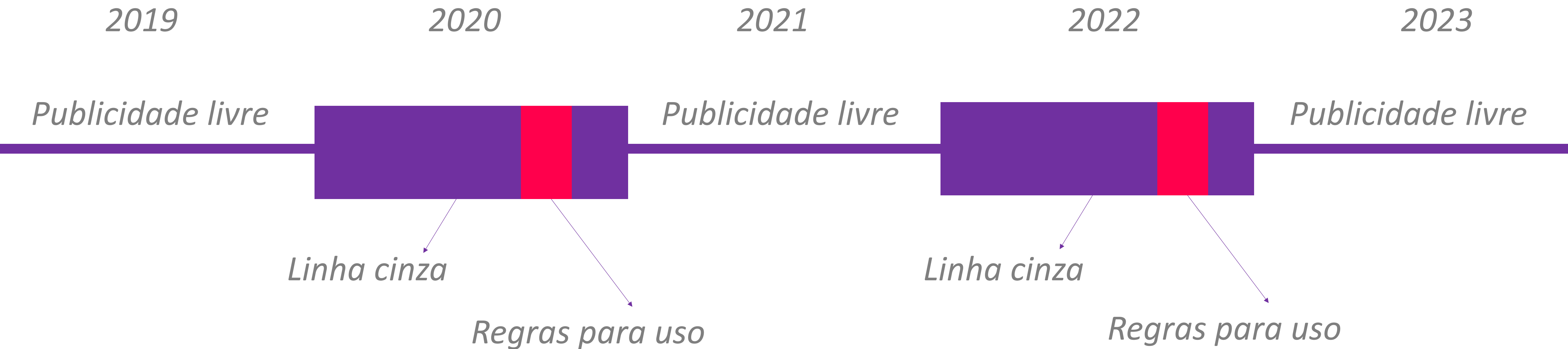
TEMPO

Período eleitoral, período não-eleitoral



TEMPO

Período eleitoral, período não-eleitoral



ATENÇÃO



Ano não eleitoral

Ano eleitoral

Período eleitoral

Conteúdo

*Conteúdo
Investimento*

*Uso
Formatos
Investimento
Prestação de contas*

AS DÚVIDAS MAIS COMUNS SOBRE PUBLICIDADE NA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

PREFEITURAS E OUTROS ORGÃOS PODEM IMPULSIONAR?



Desde que respeitada a constituição:

Art. 37 XXII § 1º

A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

*A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela **não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.***

Art. 37 XXII § 1º

Autor do pedido de impeachment na Câmara do prefeito do Rio, Marcelo Crivella (PRB), o fiscal do município Fernando Lyra entrou com ação popular na 6ª Vara de Fazenda Pública. Ele pede o afastamento de Crivella e de mais seis servidores pelo uso de dinheiro público para fazer autopromoção do bispo licenciado da Universal, que pretende concorrer à reeleição, em 2020. Baseada no artigo 37 da Constituição, a denúncia afirma que as irregularidades ocorreram nos canais de comunicação da prefeitura: site, Diário Oficial e mídias digitais. Lyra pede multa de até R\$ 50 mil para cada publicidade proibida.

INFORME DO DIA

Cássio Bruno ■ www.odia.ig.com.br/colunas/informe-do-dia ■ Tel.: 21-2222-8222



ÁGUAS PASSADAS. Em palestra anteontem no Teatro Vanucci, o candidato derrotado à Presidência, Ciro Gomes (PDT), revelou ainda estar magoado com o PT por não tê-lo apoiado.

■ e-mail: cassio.bruno@odia.com.br

PROPAGANDA IRREGULAR

LYRA VAI À JUSTIÇA CONTRA CRIVELLA

Autor do pedido de impeachment na Câmara do prefeito do Rio, Marcelo Crivella (PRB), o fiscal do município Fernando Lyra entrou com ação popular na 6ª Vara de Fazenda Pública. Ele pede o afastamento de Crivella e de mais seis servidores pelo uso de dinheiro público para fazer autopromoção do bispo licenciado da Universal, que pretende concorrer à reeleição, em 2020. Baseada no artigo 37 da Constituição, a denúncia afirma que as irregularidades ocorreram nos canais de comunicação da prefeitura: site, Diário Oficial e mídias digitais. Lyra pede multa de até R\$ 50 mil para cada publicidade proibida.

DENÚNCIA CITA USO DA CENTRAL 1746

■ Os outros réus são: Paulo Messina (ex-chefe da Casa Civil e vereador), Daniel Pereira (subsecretário de Comunicação), Roberto Pereira (diretor-presidente da Imprensa Oficial), Tatiana Mendes (comandante da Guarda Municipal), Paulo César Amêndola (secretário de Ordem Pública) e Guilherme Avzaradel (assessor técnico de Novas Mídias Digitais). Na denúncia, Fernando Lyra cita O DIA, que revelou, no Informe do Dia, o uso da central 1746 para organizar agendas para Crivella de eventos em clima de campanha eleitoral.

PREFEITURA SÓ NÃO DEMOLIA OS PRÉDIOS



■ Apesar de alegar falta de segurança, a prefeitura era presença constante na Muzema, como revela o perfil da Associação de Moradores nas redes sociais. E vice-versa. Em 27 de março, 14 dias antes dos desabamentos, o secretário de Infraestrutura, Sebastião Bruno, se encontrou (foto acima) com o presidente da entidade Marcelo Diniz Anastácio, suspeito de ser ligado a Jorge Alberto Moreth, o Beto Bomba, um dos acusados de chefiar a milícia de Rio das Pedras.



O prefeito Marcelo Crivella percorre algumas ruas de Guaratiba após as chuvas

CÂMARA DE CAXIAS SEM TRANSPARÊNCIA

■ A Câmara de Vereadores de Duque de Caxias abriu processos de licitação este mês para prestação de serviço de limpeza, fornecimento de material de informática e a instalação de... um elevador panorâmico! Mas, acredite, o presidente da Casa, Sandro Lélis (PSL), não disponibilizou os editais no Portal da Transparência. Ou seja: a empresa que quiser participar não tem acesso a informações básicas como os valores das concorrências.



SEM INDICAÇÃO DE ROMÁRIO E CUNHA

■ Indicado do senador Romário (Podemos), Julio Andrade deixou a diretoria de Administração de Furnas. Como revelou a Coluna ontem, o novo presidente será o engenheiro Luiz Carlos Clocchi. Aliados de Eduardo Cunha (MDB) também saíram.

PASTOR AMIGO BENEFICIADO

■ Crivella só piora a relação com vereadores da base. Recentemente, visitou a Zona Oeste e levou o pastor da Universal Marcos Luciano, pré-candidato a vereador. Já o aliado do local ficou de escanteio.

CEDAE É UMA MÃE PARA ALIADOS

■ O ex-deputado federal Dejorge Patrício (PRB) ganhou cargo na Cedae. É assessor especial da Presidência. Está nomeado na Diretoria do Interior, comandada por Carlos Henrique Coelho Braz, cujo pai é obreiro da Igreja de Pastor Everaldo.

ALERJ EM GUERRA COM FEDERAÇÃO

■ A Comissão Especial dos Esportes Olímpicos e de Alto Rendimento da Alerj, que tem poder de CPI, pedirá a quebra de sigilo fiscal da Federação de Futebol do Rio para ter acesso à caixa-preta da entidade.

PICADINHO

A peça teatral "O Censor" estreia na sexta-feira e será apresentada em uma das salas de cinema do Estação Net Botafogo.

A rede Pensi e o Colégio Notre Dame, no Recreio, recebem doações para serem encaminhadas às vítimas das chuvas.

A Fecomércio promove dia 25 o "Como Fazer Negócios na Espanha". Vai expor oportunidades de negócios no país europeu.

SOBE E DESCE



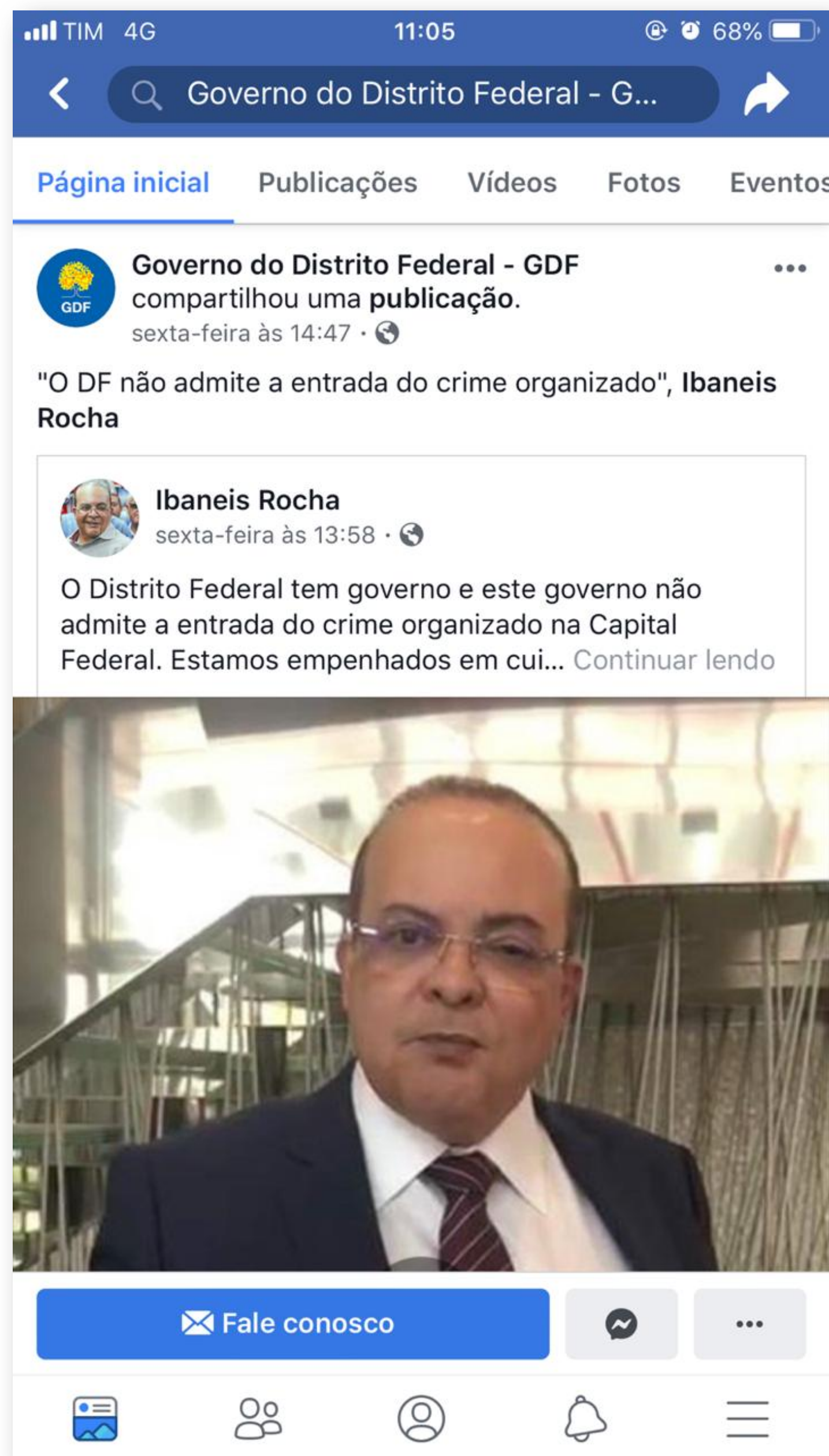
↑ DICIONÁRIO DE FAVELAS

A Fiocruz lançou ontem o "WikiFavelas" Marielle Franco. Iniciativa reúne informações sobre comunidades.



↓ MÁRCIO PACHECO

Deputado do PSC e líder do governo Witzel propôs uso de armas em plenário. Mas votação sobre porte foi cancelada.



PARLAMENTAR PODE IMPULSIONAR CONTEÚDO DO CANAL PRÓPRIO?



*Mas cuidado com o cunho eleitoral
fora do período permitido*

FIZ ANÚNCIO NA CAMPANHA ANTERIOR, POSSO CONTINUAR USANDO A MESMA CONTA DE ANÚNCIO?

☒ NÃO

*Abrir uma conta de anúncios
nova é de graça*

POSSO IMPULSIONAR QUALQUER CONTEÚDO?



EM TESE SIM

Respeitando a constituição e a lei eleitoral

Improbidade

Abuso de poder econômico

Campanha extemporânea

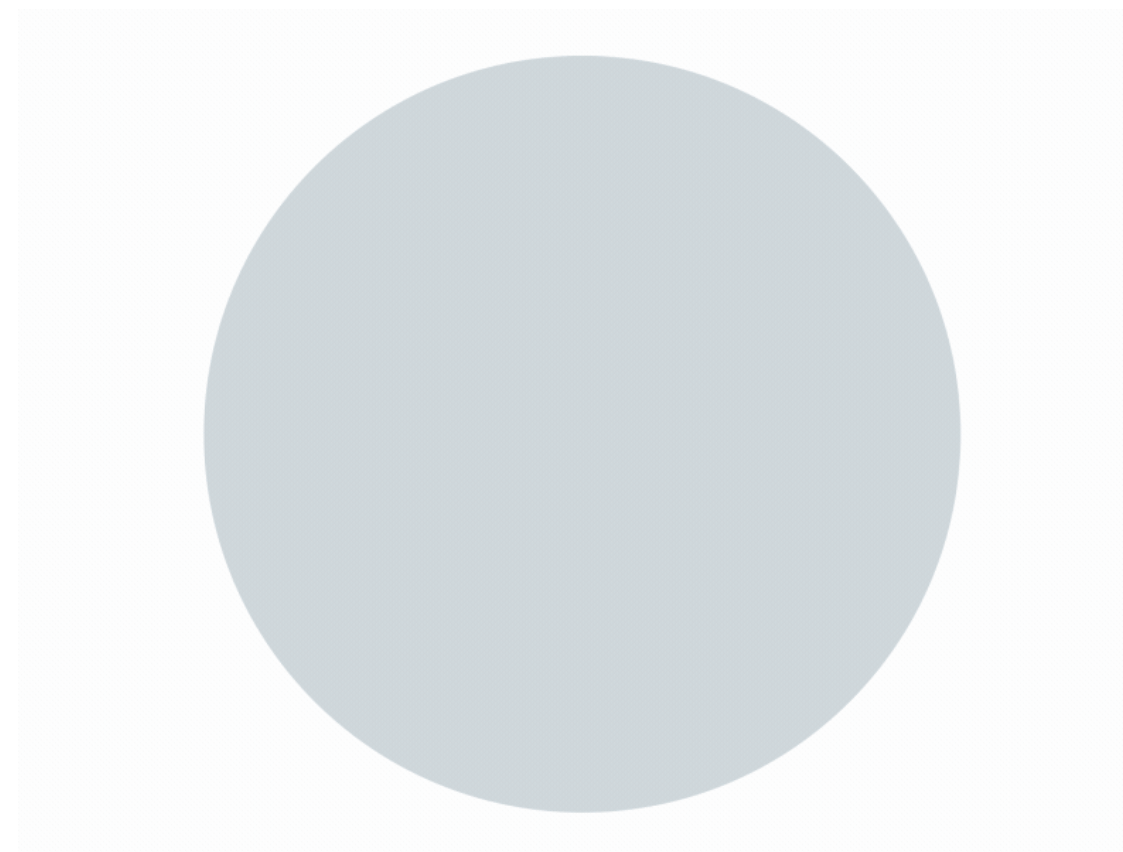
PUBLICIDADE

1.3 *A PUBLICIDADE ON-LINE E OFFLINE*

COMO FAZER PUBLICIDADE?



COMO FAZER PUBLICIDADE OFFLINE

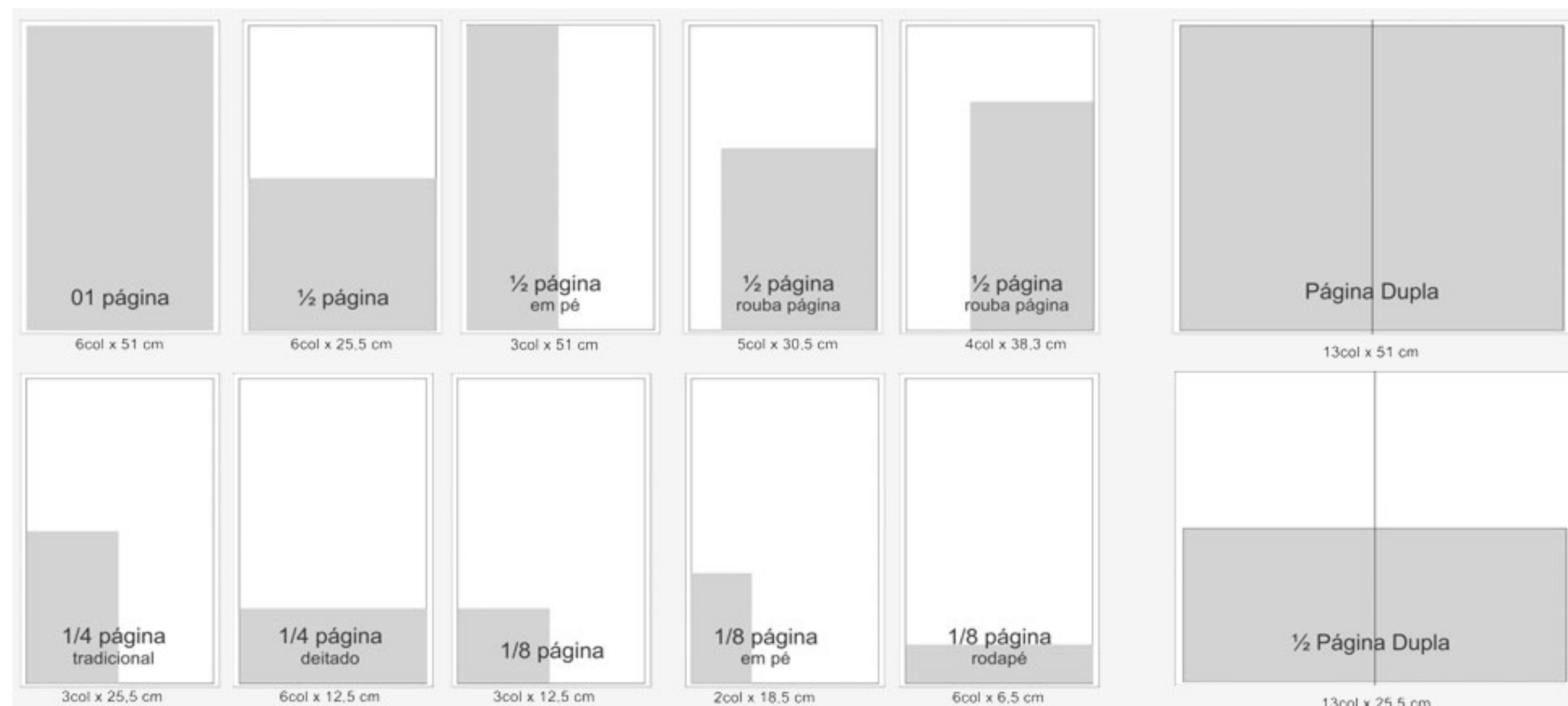


Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA OFFLINE

Impresso

FORMATOS



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA OFFLINE

Mobiliário urbano (out-of-home)

FORMATOS

- ✓ Painéis e cartazes
- ✓ Relógios
- ✓ Outdoor
- ✓ Veículos (ônibus, carros, vans, dirigíveis, aviões)
- ✓ Orelhão
- ✓ Banner de rede



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA OFFLINE

TV

FORMATOS

- ✓ Comercial 15s, 30s, 45s
- ✓ *Merchandising*
- ✓ *Product placement*
- ✓ Informercial



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA OFFLINE

Rádio

FORMATOS

- ✓ Teaser 10s ou 15s
- ✓ Vinheta 10s a 50s
- ✓ Jingle 15s a 45s
- ✓ Spot 15s a 60s



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA OFFLINE

Principais métricas

CPM

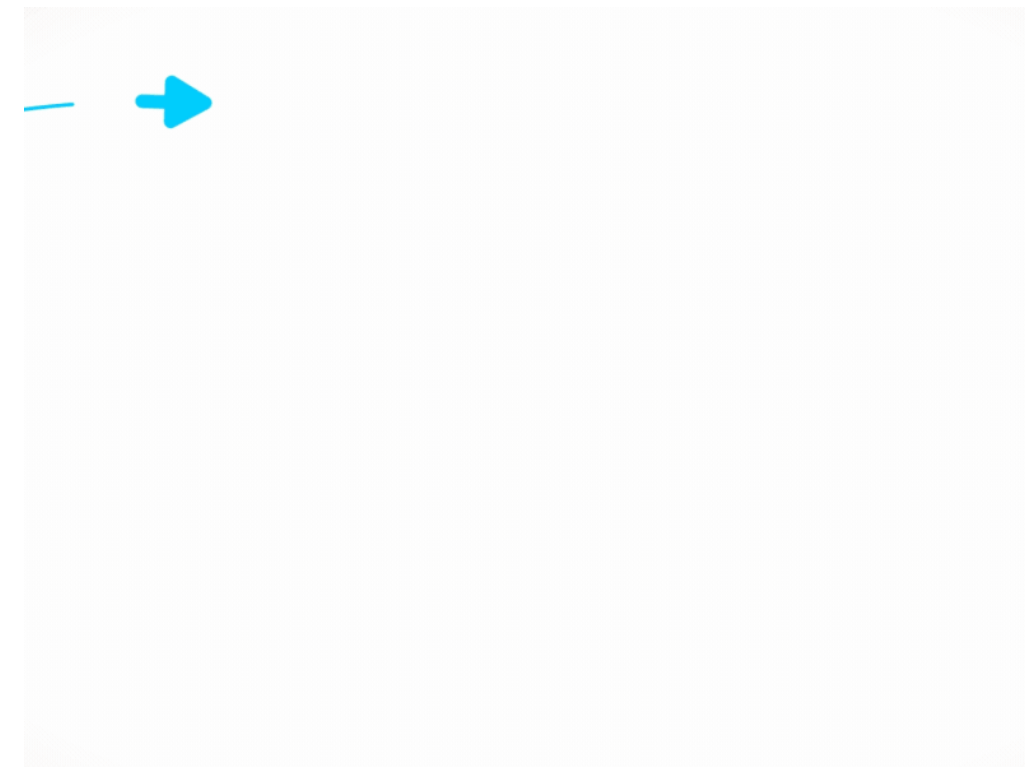
Custo por mil

CPI

Custo por impacto

O OBJETIVO PRIORITÁRIO DA MÍDIA OFFLINE É BRANDING / RECALL

COMO FAZER PUBLICIDADE ON-LINE



MÍDIA ON-LINE

Rede de display

FORMATOS

- | | |
|--------------------|--------------|
| ✓ HTML 5, JPG, GIF | ✓ 300 x 1050 |
| ✓ 300 x 250 | ✓ 750 x 300 |
| ✓ 336 x 280 | ✓ 320 x 100 |
| ✓ 728 x 90 | ✓ 320 x 50 |
| ✓ 300 x 600 | ✓ 120 x 600 |
| | (...) |



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA ON-LINE

Rede de display



PUBLICIDADE CORPORATIVA

Eleições 2018: sai o marqueteiro, entra o estrategista digital

Por **Dino**
 25 maio 2017, 13h10

Em 2018 já se sabe: teremos as eleições mais atribuladas da história do Brasil e o marketing político digital tem papel fundamental para quem quiser se eleger.

Trata-se de uma eleição onde a rejeição a políticos de carreira será a maior da história. Nas eleições de 2018 teremos a maior renovação de congressistas de todos os tempos, tudo por conta dos últimos anos tão politicamente atribulados.



PESQUISA AGORA

Isto tudo abre terreno para novos candidatos a deputado estadual, deputados federais e parte do senado, além da presidência, obviamente.

PERFIS COM TENDÊNCIA A RECEBER MAIS VOTOS



Cidadãos comuns terão ampla aceitação, sobretudo se já tiverem uma imagem sedimentada de ativismo em causas populares como a saúde, combate à



Newsletter gratuita

As notícias mais importantes da manhã no seu e-mail, de segunda a sexta-feira

[Política de Privacidade](#)

E-mail



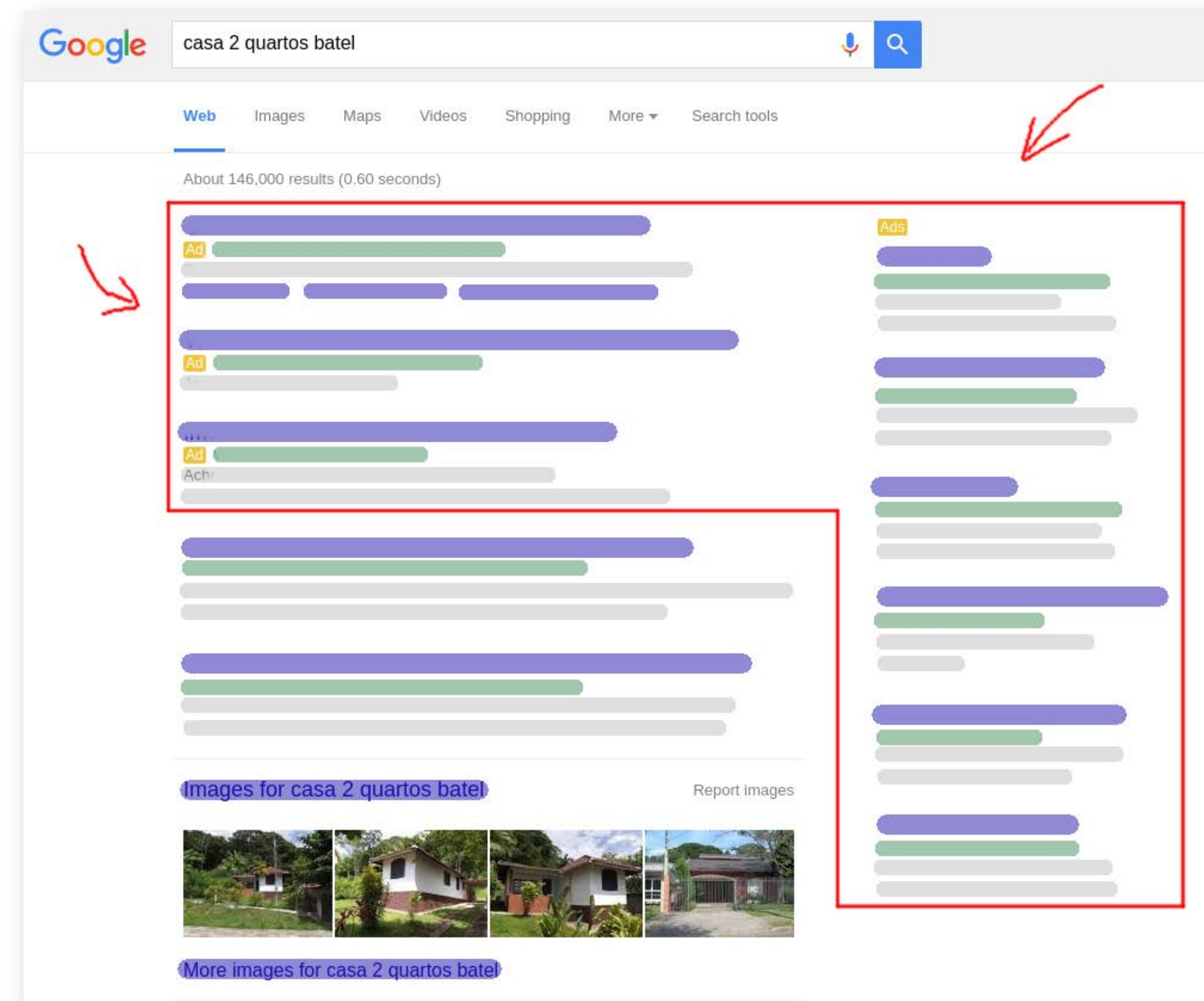
Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA ON-LINE

Rede de busca

FORMATOS

✓ Texto



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA ON-LINE

Rede de busca

The image is a screenshot of a Google search results page for the query "marketing político". At the top, the Google logo is on the left, and the search bar contains the text "marketing político". To the right of the search bar are icons for keyboard, voice search, and a magnifying glass. Below the search bar is a horizontal menu with links: "Todas", "Imagens", "Vídeos", "Notícias", "Livros", "Mais", "Configurações", and "Ferramentas". Below this menu, it says "Aproximadamente 35.300.000 resultados (0,50 segundos)".

The first result is an advertisement for "Guia do Marketing Político | Cursos e Aulas On-line" with the URL "www.guiadomarketingpolitico.com.br/". The ad text says: "Um clube de assinatura para quem quer aprender marketing político e eleitoral. Aprenda marketing político com professores de mercado, seja um assinante!".

The second result is for "Marketing Digital | Venda mais pela internet | jenifferfreitas.com.br" with the URL "www.jenifferfreitas.com.br/". The text says: "Quer vender mais na internet? Confira nossas soluções. Soluções Google, Blogs e anúncios".

Below these results, there is a large, tilted, semi-transparent box that repeats the first advertisement's content.

On the right side of the search results, there is a vertical strip of image thumbnails. The first thumbnail shows a man with a devil's head and the text "VEREADOR CORNELSON 11.789". Below it is a thumbnail with the text "CHEGA DE TRAIÇÃO". To the right of these are thumbnails with the text "MARKETING POLÍTICO" and "MARKETING ELEITORAL". At the bottom of this strip is a button that says "Mais imagens".

Below the image thumbnails is a section titled "Propaganda política" with a share icon. The text in this section reads: "Propaganda política, é um segmento dentro da comunicação voltado para o ambiente político, mais especificamente no cenário eleitoral, visando estreitar a relação de expectativa de um determinado grupo de ... Wikipédia". At the bottom right of this section is a "Feedback" link.

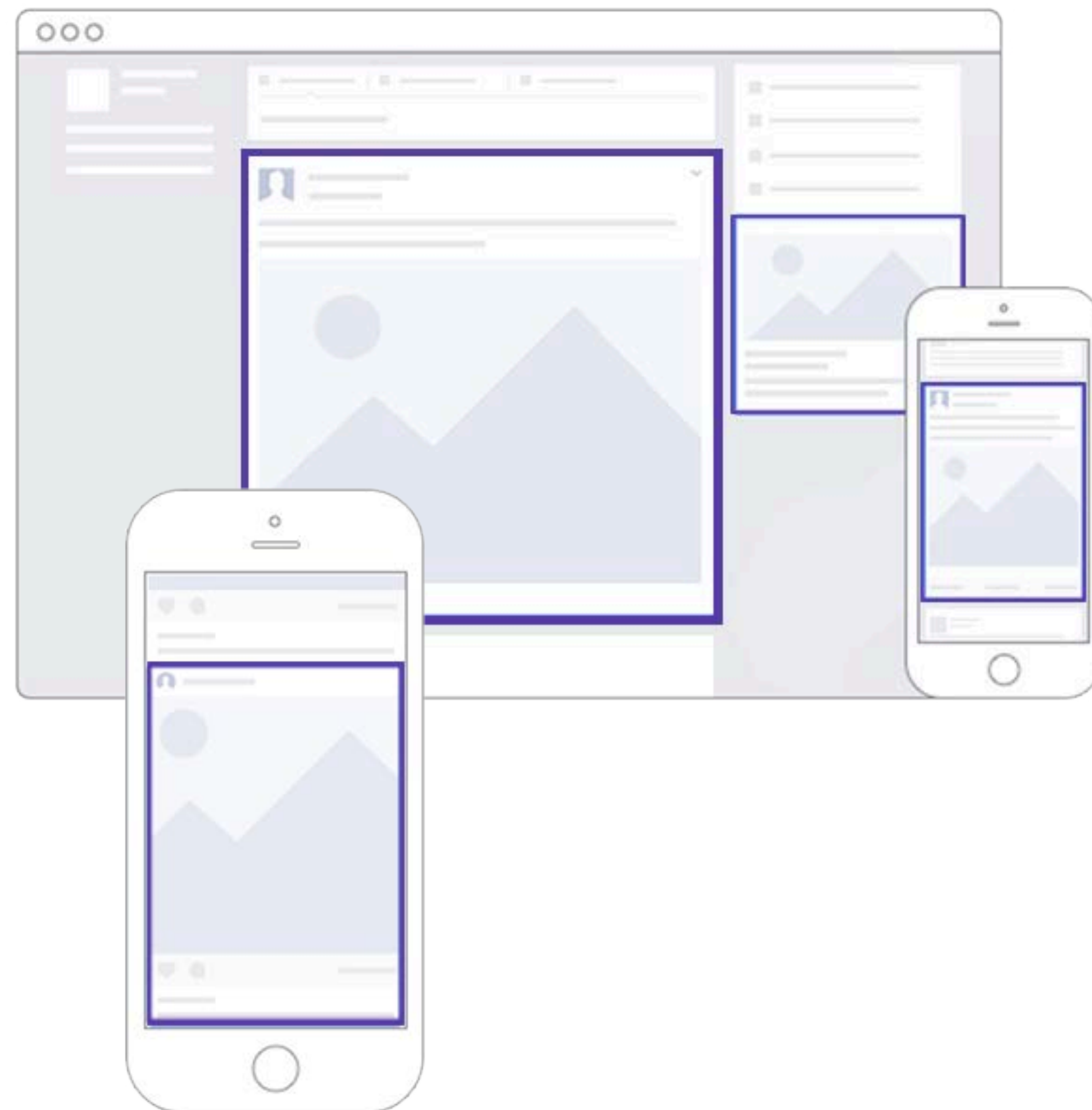
At the bottom of the search results, there are two more results. The first is "Marketing Político: o que é, qual a sua importância e exemplos ..." with the URL "https://klickpages.com.br/blog/marketing-politico-o-que-e/". The text below it says: "Já que 2018 é ano de eleições no Brasil, este é um ótimo momento para falarmos sobre marketing político. Afinal, uma estratégia bem construída pode ajudar ...". The second result is "Marketing político: entenda esse conceito e sua importância" with the URL "https://rockcontent.com/blog/marketing-politico/". The text below it says: "4 de nov de 2017 - O marketing político deve ser usado de forma responsável e elaborada para educar os eleitores e aproximá-los da vida política. Entenda!".

MÍDIA ON-LINE

Impulscionamento

FORMATOS

- ✓ Vídeo
- ✓ Imagem
- ✓ Texto
- ✓ Mensagem
- ✓ Post Link
- ✓ Vídeo Link
- ✓ Carrossel Link
- ✓ Coluna da direita
- ✓ In stream
- ✓ Stories



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA ON-LINE

Impulsioneamento

PSDB
Patrocinado • Pago por PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA

Antes do Plano Real, era muito difícil sonhar. Há 25 anos isso mudou.
#25AnosdoPlanoReal #OPrimeiroPassoDoNossoFuturo.



Vinicius Poit
Patrocinado

Siga o maior defensor da Reforma da Previdência no Insta!
#1TrilhãoSemPrivilégios



Followers, 1,014 Following, 1,332 Posts - See Instagram
s and videos from Vinicius Poit (@viniciuspoit)

anúncio tem várias versões.

ACM Neto
Patrocinado

Siga o trabalho do melhor prefeito do Brasil!



ACM Neto
Politician
476.666 pessoas curtiram isso

Curtir Pá...

Aureo
Patrocinado • Propaganda Eleitoral • CPF/CNPJ 31.167.009/0001-15 • ELEIÇÃO 2018 AUREO LIDIO MOREIRA RIBEIRO DEPUTADO FEDERAL

Os grandes países do mundo já compreenderam que a criptoeconomia é uma realidade. Não podemos permitir que o Brasil se posicione de maneira contrária à evolução.

Por isso, desde 2015 trabalho na câmara pela aprovação de uma regulamentação libertária, que incentive investimentos em tecnologia e startups, sem deixar de lado a preocupação com a segurança e



Rodrigo Maia
Patrocinado

... resolve o problema do crescimento. Mas sem ela não há espaço para construir um crescimento sustentável no Brasil nos próximos anos. Nosso problema hoje é de demanda. As horas trabalhadas caíram drasticamente no Brasil nos últimos meses. Como você resolve a demanda, os investimentos, como gerar emprego? A Previdência é um passo decisivo porque sem ela nenhum...



EL PAÍS

Rodrigo Maia: "Todos precisam ajudar a resolver esse colapso social em que o Brasil entrou há alguns meses"
Após liderar a vitória em primeiro turno com a reforma da Previdência, o presidente da Câmara diz ter pressa
BRASIL.ELPAIS.COM

Ibaneis Rocha
Patrocinado • Propaganda Eleitoral • CPF/CNPJ 31.214.574/0001-96 • Ibaneis Rocha - Eleição 2018

Na reta final, eles escolheram continuar com a tática da mentira e do desrespeito àqueles que fazem uma disputa limpa e ao lado do povo. A mentira não vence e a resposta para o desrespeito é #15 e confirma.



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

MÍDIA ON-LINE

Publieditorial

FORMATOS

✓ Texto



MÍDIA ON-LINE

Publieditorial

Marketing Político Hoje > Eventos > Marketing Digital > Quer aprender a fazer anúncios on-line para comunicação

Quer aprender a fazer anúncios on-line para comunicação política? A hora é agora!

11 de julho de 2019 | nenhum comentário

Quer aprender a fazer anúncios on-line para comunicação política? A hora é agora!

11 de julho de 2019 | nenhum comentário

Em sua terceira edição, o **MasterClass de Comunicação Política** realizado pela escola **Presença Online em parceria com a ESPM** traz os principais conteúdos necessários para quem trabalha ou pretende atuar na área de comunicação política.

O MasterClass é dividido em **quatro módulos presenciais** distribuídos ao longo de 2019. Neste ano o programação inclui cursos sobre:

- 23/03 - Planejamento de comunicação para mandato político
- 04/05 - Construção de reputação e narrativa para comunicação política
- 03/08 - **Estratégias de anúncios on-line para comunicação política**
- 05/10 - **Combate a fake news e guerrilha**

Segundo a professora **Natália Mendonça**, uma das vantagens do MasterClass é a liberdade de escolha entre o conjunto de cursos ou módulos avulsos.

Se o aluno tem algum compromisso em uma das datas ou tem preferência por um tema específico, ele pode escolher sem ficar amarrado aos outros módulos. Isso é um grande diferencial.

Como será o curso Estratégias de anúncios on-line para comunicação política?

Será uma experiência imersiva no campo dos anúncios e irá abordar diversos conceitos como a diferença entre **alcance orgânico** e **pago**, o significado de termos técnicos utilizados na área e uma boa introdução sobre as funcionalidades que você encontrará nas ferramentas que serão trabalhadas durante a aula.



A professora Natália Mendonça esclarecerá questões sobre o **uso de anúncios para a comunicação política**. Por onde começar? Como definir as publicações que receberão verbas de publicidade on-line? Existe alguma restrição legal?

Além disso, os alunos deste curso aprenderão a criar campanhas nas diferentes plataformas de publicidade on-line e a gerir prazos e orçamentos.

O que o aluno aprenderá sobre Estratégias de anúncios on-line para comunicação política?

As aulas são compostas de diferentes recursos didáticos, compondo um **itinerário diverso e atendendo diferentes estilos de aprendizagem**. Todos os conteúdos apresentados e discutidos foram sistematizados com base na experiência profissional e acadêmica do professor.

Ao fim do curso, os alunos terão conhecimentos suficientes para o desenvolvimento de um plano de mídia com foco em comunicação política, aptos a tomar decisões sobre os melhores métodos de exposição de mídia para cada objetivo e:

- Avaliar, aprovar e reprovar com segurança as estratégias de uso de anúncios
- Otimizar orçamento de publicidade para melhor uso e aplicação de acordo com seus objetivos
- Vislumbrar as possibilidades que cada uma das plataformas oferece para criação de anúncios e segmentação de públicos
- Escolher a plataforma ideal para anunciar para cada um de seus objetivos de comunicação
- Mensurar resultados da publicidade que sejam pertinentes à comunicação política

Mais informações sobre o curso



política. **Garanta sua vaga!**

O encontro terá **oito horas de aula presencial** e será no sábado, dia 03 de agosto, das 08:30 às 17:30h (com 1 hora de intervalo).

LOCAL DO CURSO:
Endereço: R. Joaquim Távora, 1240 – Vila Mariana, São Paulo.

Aprenda com quem atua no mercado da comunicação

ASSINE NOSSA NEWSLETTER

E-mail

Enviar

Editar Formulário

ASSINE NOSSA NEWSLETTER

E-mail

Enviar

Editar Formulário

ARTIGOS MAIS RECENTES

Trabalha com comunicação política? Conheça três séries diferentes sobre o tema

Saiba como o fim da exibição de likes no Instagram pode afetar a comunicação política

Quer aprender a fazer anúncios on-line para comunicação política? A hora é agora!

•

LINKS

Indicações

Além da Mídia Social | Blog de comunicação e marketing digital (Edit)

Marcelo Vitorino | Consultor e palestrante de comunicação e marketing digital (Edit)

MasterClass Comunicação Política | Curso Presencial de Marketing Político (Edit)

Presença Online | Cursos de Marketing político e eleitoral (Edit)

Vitorino & Mendonça | Consultoria de Marketing político (Edit)

YouTube | Vídeos com dicas sobre Marketing Político (Edit)

TAGS

47 marketing político

28 marketing político digital

25 marketing digital

23 marketing eleitoral

13 campanha política

MÍDIA ON-LINE

Principais métricas

CPM

Custo por mil

CPI

Custo por impressão

CPC

Custo por clique

CPV

Custo por visualização

CPA ou CAC

*Custo por aquisição /
Custo de aquisição por cliente*

CTR

Taxa de clique

CPL

Custo por lead

O OBJETIVO PRIORITÁRIO DA MÍDIA ON-LINE É CONVERSÃO

MÍDIA NA INTERNET É MAIS BARATA DO QUE MÍDIA OFFLINE?

☒ NÃO

O CUSTO POR IMPACTO DA MÍDIA OFFLINE É MENOR QUE NA MÍDIA ON-LINE

O CUSTO POR IMPACTO

30s NO JORNAL NACIONAL R\$ 825.500,00

Fonte

IMPACTAM EM MÉDIA 10 MILHÕES DE PESSOAS

Fonte

O CUSTO POR IMPACTO

R\$ 0,08255

PORQUE FUNCIONAM DE FORMAS DIFERENTES

OFF-LINE



ON-LINE



VANTAGENS

Mídia on-line



- ✓ Segmentação
- ✓ Mensuração mais precisa
- ✓ Investimento de baixa e alta escala
- ✓ Agilidade
- ✓ Diversidade de formatos
- ✓ Possibilidade reimpactar

DESVANTAGENS

Mídia on-line



- ✓ Baixa penetração
- ✓ Ambiente de dispersão
- ✓ Tecnologia variável
- ✓ Efeito paisagem

PARA REGISTRAR



- ✓ Conheça as possibilidades de formatos e posicionamentos disponíveis nas ferramentas
- ✓ Observe o período e suas regras de publicidade
- ✓ Conheça a legislação específica
- ✓ Não misture anúncios de campanha com a comunicação de mandato
- ✓ Certifique-se que compreendeu as diferenças fundamentais entre a mídia offline e a on-line:

SEGMENTAÇÃO

DÚVIDAS?

