

# **NORMATIVA INTERNA DO DEPARTAMENTO DE MARKETING**

## **INSTITUTO NACIONAL DE PSICANÁLISE CLÍNICA**

**Data de Emissão:** 18/03/2025

**Revisão:** 01/25

### **Sumário**

1. Introdução
2. Objetivos
3. Definições
4. Diretrizes Gerais
5. Procedimentos
6. Responsabilidades
7. Penalidades e Medidas Disciplinares
8. Revisões e Aprovações
9. Anexos

### **1. Introdução**

O Departamento de Marketing do Instituto Nacional de Psicanálise Clínica desempenha um papel estratégico para apoiar a divulgação da Psicanálise Clínica e das atividades realizadas pela instituição. Esta normativa visa regulamentar as atribuições, procedimentos e responsabilidades do departamento, em alinhamento com os objetivos e valores do Instituto.

Esta normativa está fundamentada no Estatuto do Instituto Nacional de Psicanálise Clínica, especificamente nas atribuições da Diretoria de Marketing definidas no capítulo sobre a **Organização e Funcionamento**.

### **2. Objetivos**

- Garantir a promoção eficaz do Instituto Nacional de Psicanálise Clínica, consolidando sua imagem como referência em Psicanálise Clínica no Brasil.
- Definir diretrizes para a criação, execução e avaliação das estratégias de comunicação e divulgação, internas e externas.
- Assegurar a comunicação consistente dos valores, missão e dos objetivos institucionais por meio de materiais e campanhas.

- Promover eventos, cursos, workshops e campanhas organizados pelo Instituto, visando visibilidade e participação.

### **3. Definições**

- **Departamento de Marketing:** Área responsável por gerenciar a comunicação, divulgação, publicidade e engajamento institucional.
- **Mídias Institucionais:** Inclui redes sociais, site oficial, plataformas de e-mail, boletins e outros meios de comunicação associados ao Instituto.
- **Plano de Comunicação:** Estratégia anual definida para alinhar os objetivos do marketing aos objetivos gerais da instituição.
- **Marca:** Elementos gráficos e valores simbólicos que representam o Instituto e devem ser protegidos e promovidos adequadamente.

### **4. Diretrizes Gerais**

#### **1. Identidade Visual:**

- Toda produção visual e textual deve obedecer ao manual de identidade visual do Instituto, visando consistência e profissionalismo.
- Alterações na identidade visual ou em materiais institucionais devem ser submetidas à aprovação do Conselho Deliberativo quando necessário.

#### **2. Planejamento Estratégico:**

- Deve ser elaborado um Plano Anual de Marketing, aprovado pelo presidente e pelo Conselho Deliberativo, alinhado aos objetivos estratégicos.
- O plano deve contemplar estratégias para divulgação de eventos, parcerias e campanhas educacionais.

#### **3. Publicidade e Divulgação:**

- Apenas publicações e materiais previamente aprovados pela Diretoria de Marketing poderão ser divulgados em canais oficiais.
- É vedado o uso de linguagem ou materiais que contrariam os valores éticos e profissionais do Instituto.

#### **4. Gerenciamento de Redes Sociais:**

- As redes sociais devem ser gerenciadas exclusivamente pelo Departamento de Marketing ou por profissionais terceirizados sob coordenação da Diretoria de Marketing.
- Os conteúdos publicados devem priorizar a divulgação das atividades, cursos, eventos e propostas relacionadas à saúde mental.

## **5. Capacitação Contínua:**

- A equipe deve participar de treinamentos e atualizações para aprimorar as técnicas de marketing e alinhamento às tendências do mercado.

## **5. Procedimentos**

### **1. Elaboração de Materiais:**

- Todos os materiais (impressos ou digitais) devem passar pelo crivo da Diretoria de Marketing antes da publicação ou distribuição.
- O prazo para envio de solicitações de criação de materiais para eventos ou campanhas é de, no mínimo, [especificar dias] antes da data de lançamento.

### **2. Aprovação de Campanhas:**

- Toda campanha publicitária deve ser documentada e submetida à análise da Diretoria de Marketing antes de sua execução.

### **3. Gestão de Feedbacks:**

- Comentários, engajamentos e mensagens recebidas nos canais de comunicação devem ser supervisionados regularmente e respondidos em até [número] dias úteis.

### **4. Monitoramento de Resultados:**

- É obrigatória a realização de análises periódicas sobre o impacto das campanhas publicitárias. Relatórios de desempenho devem ser apresentados à Diretoria Executiva trimestralmente.

## **6. Responsabilidades**

### **1. Diretoria de Marketing:**

- Supervisionar as ações e estratégias do departamento, assegurando alinhamento aos objetivos institucionais.

- Aprovar e acompanhar a execução das campanhas e atividades do departamento.

## **2. Equipe de Marketing:**

- Criar, executar e monitorar campanhas publicitárias, materiais gráficos e conteúdos para mídias digitais.
- Zelar pela proteção e fortalecimento da marca do Instituto em todas as comunicações públicas.

## **3. Demais funcionários ou parceiros:**

- Cumprir prazos e orientações do departamento ao desenvolver ou usar materiais do Instituto.

# **7. Penalidades e Medidas Disciplinares**

## **• Não Conformidade com Regras:**

- Violações às diretrizes desta normativa, como desrespeito à identidade visual ou à aprovação de materiais, poderão resultar em advertência formal.
- Reincidentes poderão levar à suspensão temporária ou exclusão de funções relacionadas ao marketing.

## **• Mau Uso da Marca:**

- Uso indevido dos símbolos e materiais institucionais é passível de medidas legais e sanções internas.

## **• Práticas Antiéticas:**

- Condutas que violem a ética profissional, como divulgação de informações falsas ou que prejudiquem a imagem do Instituto, serão penalizadas conforme regulamento interno.

# **8. Revisões e Aprovações**

- Esta normativa será revisada a cada [3 anos ou prazo definido] ou conforme necessidades apontadas pelo Conselho Deliberativo.
- Emendas ou alterações a esta normativa precisam ser submetidas à aprovação do Presidente e da Diretoria Executiva.

# **9. Anexos**

## **1. Modelo de Solicitação de Criação de Materiais**

- Formulário padrão para equipes solicitarem materiais ao Departamento de Marketing.

## **2. Procedimento de Aprovação de Campanhas**

- Orientação detalhada para submissão de ideias e projetos publicitários.