

Organização: IFRJ – Instituto Federal do Rio de Janeiro

Discente: Fernanda Gomes dos Santos (Turma 2016).

Docente orientadora: Profa. Flavia Galindo

Dissertação: Planejamento Estratégico De Comunicação Para o Instituto Federal do Rio de Janeiro

Data da defesa: 10/05/2019.

Setor/Organização beneficiado com o projeto de pesquisa, realizado no âmbito do programa de mestrado: SECOM – Secretaria de Comunicação do IFRJ

Classificação¹: Produção com médio teor inovativo (combinação de conhecimentos pré-estabelecidos).

1

PRODUTOS TÉCNICOS/TECNOLÓGICOS:

- () Produtos de Intervenção ou Desenvolvimento (Inovação)
- () Empresa ou organização social inovadora
- () Processo, tecnologia e produto, materiais não patenteáveis
- () Relatório técnico conclusivo
- () Tecnologia Social
- (x) Norma ou marco regulatório
- () Patente
- () Produtos/Processos em sigilo
- () Software / Aplicativo
- () Base de dados técnico- científica

PRODUTOS DE FORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO DO CONHECIMENTO

- () Curso para Formação Profissional
- () Material didático
- () Capacitações e Treinamentos
- () Produto Bibliográfico ou audiovisual técnico/tecnológico

¹ De acordo com o [Relatório do Grupo de Trabalho da CAPES sobre produção técnica.](#)

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



NORMA OU MARCO REGULATÓRIO

1. Conexão com a Pesquisa

Projeto de Pesquisa: Consumo e Sociologia de Marketing.

Linha de Pesquisa vinculada à produção: Estratégias Inovadoras para Organizações Pública e Privadas
Dissertação, Termo de Concordância da Instituição, Termo de Consentimento Livre e Esclarecido:
[link](#).

Financiamento: CAPES.

Objetivo: Desenvolver um plano estratégico de comunicação bianual 2019-2020, para integração ao planejamento estratégico do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), uma autarquia federal com autonomia universitária, organizado em uma estrutura multicampi e pluridisciplinar, em que são desenvolvidas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Aplicabilidade: O trabalho é uma oportunidade de a CGCom - Coordenação-Geral de Comunicação Social, construir as normatizações necessárias à sua atuação conjunta com as estratégias institucionais, com foco na atuação transformadora de realidades que a Comunicação pode contribuir. A entrega de uma proposta de plano estratégico de comunicação bianual 2019-2020 contribui para a sistematização e eficácia do trabalho da CGCom, além de cumprir atribuições que constam nos documentos internos da instituição.

Contribuição para a sociedade (práticas e teóricas): no que se refere à relevância prática, é um documento que regula operacionalmente a comunicação– destacando a estratégia na gestão, a formulação e as práticas da comunicação institucional em ambiente público –, bem como descrever um planejamento de comunicação eficaz para o IFRJ. A relevância teórica foi propor a discussão da comunicação pública como referencial teórico associado à gestão e à elaboração e execução de planejamento estratégico para organizações públicas, aumentando o acervo de conhecimento sobre a formação de estratégias e planejamentos da comunicação social no setor público.

Originalidade: trata-se de uma proposição derivada de uma pesquisa aplicada sem precedentes na história do IFRJ, pois aborda a relevância do papel transformador da Comunicação Social para a percepção da marca, e levar a termo a missão institucional. O trabalho reúne duas áreas de conhecimento – Comunicação e Administração –, para a proposição de um modelo estratégico sobre a comunicação organizacional de uma empresa de natureza pública.

Conexão com a Produção Científica - artigos publicados que estão co-relacionados a esta produção:

SANTOS, F. G. ; GALINDO, F.L.O.C. ; FERNANDES, J. C. A. S. ; MORAES, J. S. . Comunicação e Estratégia em uma instituição federal de ensino. In: X CASI - X Congresso de Administração, Sociedade e Inovação, 2017, Petrópolis. X CASI, 2017.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



PRODUTO TECNOLÓGICO: PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL BIANUAL 2019-2020

Este produto tecnológico foi negociado internamente na instituição, e busca atender ao objetivo de propor um plano de comunicação institucional em consonância com o plano estratégico 2017-2021 e o plano de governança- 1ª etapa da Instituição, fomentando uma atuação e um papel estratégico da Comunicação no Instituto Federal do Rio de Janeiro.

3

Com base nas análises e inferências no campo, na discussão dos resultados e no referencial teórico, será apresentado um modelo de plano estratégico de comunicação social para o IFRJ. O plano está dividido em 11 tópicos: apresentação, diagnóstico, objetivos estratégicos, ações estratégicas, públicos estratégicos, canais de relacionamento, produtos existentes para divulgação institucional, criação de novos produtos de divulgação institucional, orçamento, metas e avaliação, que serão detalhados no decorrer deste capítulo.

Sumário

1. Apresentação	4
2. Diagnóstico	4
3. Objetivos estratégicos	6
3.1. Objetivos secundários	6
4. Ações estratégicas	7
5. Públicos estratégicos	7
6. Canais de relacionamento	8
7. Produtos existentes para divulgação institucional	8
8. Criação de novos produtos de divulgação institucional	9
9. Orçamento	10
10. Metas	10
11. Avaliação	11
12. Versão resumida do Plano	12

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



1. Apresentação

A Coordenação-Geral de Comunicação Social (CGCom), vinculada a Diretoria de Articulação Institucional (DAINT), é a responsável pela coordenação das ações de comunicação institucional, no âmbito da Reitoria, normatizando e orientando as ações de comunicação no pertinente aos campi do IFRJ.

É responsável pela divulgação institucional do IFRJ, tanto no ambiente interno, para docentes, técnico-administrativos e discentes, como no ambiente externo, na relação com a sociedade. Sua estrutura atual é dividida em coordenação e 3 núcleos específicos que são núcleo de jornalismo, núcleo de planejamento e gestão de eventos, núcleo de audiovisual. O setor também atua com gerenciamento das redes sociais oficiais, programação visual, revisão de texto e relações públicas.

No intuito de que a CGCom atue alinhada ao Planejamento Estratégico do IFRJ foi elaborado este Plano Estratégico de Comunicação, visando o desenvolvimento e elaboração de ações estratégicas e produtos voltados para os stakeholders do IFRJ e o cumprimento de objetivos específicos que serão detalhados posteriormente.

É importante salientar que este não é um documento estático, devendo ser revisado para adequação aos interesses da instituição. Recomenda-se revisão semestral das ações estratégicas, adequação de metas, indicadores e demais itens necessários.

2. Diagnóstico

- a) Missão do IFRJ: promover educação profissional, científica e tecnológica contribuindo para a formação de cidadãos críticos que possam atuar como agentes de transformação e inclusão social.
- b) Visão do IFRJ: ser uma instituição reconhecida pela sociedade como referência em educação profissional, científica e tecnológica nos diferentes níveis e modalidades de ensino.
- c) Valores do Instituto: ética | inclusão | transparência | comprometimento | integração.
- d) Análise Ambiental:

Para esta análise serão utilizadas: a matriz SWOT relacionada ao IFRJ e a matriz SWOT da Comunicação do Instituto, conforme observado nos quadros a seguir (quadros 16 e 17).

Quadro 1– Análise SWOT do IFRJ

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">• Relevância das atividades realizadas no IFRJ na área da educação pública;• Diversidade na oferta de cursos em	<ul style="list-style-type: none">• Desconhecimento da marca IFRJ• A relevância das atividades realizadas pelo IFRJ não totalmente

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica

<p>diferentes áreas do conhecimento;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excelência no ensino; • Servidores qualificados; • Boa estrutura de equipamentos e laboratórios em alguns campi; 	<p>percebida pelo seu público externo. Há desconhecimento do público externo sobre o que IFRJ faz e/ou conhecimento segmentado do que é o IFRJ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação interna não é adequada; • Carência de mobiliário e equipamentos adequados em alguns campi;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Maior relevância das atividades realizadas pelo IFRJ no setor da educação pública, que deve ser um atributo da comunicação de marca; • Atendimento de demandas sociais diversos por meio da extensão, cursos e projetos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Corte de orçamento; • Descontinuidade das políticas educacionais pelo Governo Federal; • Ausência de investimentos em mobiliário, equipamentos e softwares atualizados para o desenvolvimento do trabalho do IFRJ.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos documentos institucionais e nas entrevistas.

Quadro 2 – Análise SWOT da Comunicação Social – IFRJ

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade dos serviços prestados pela CGCom; • Bom relacionamento com outros Institutos Federais; • Credibilidade da CGCom junto aos setores do IFRJ; • Formação qualificada dos profissionais que atuam na Comunicação Social do IFRJ; • Possibilidade de reconhecimento da gestão da comunicação com um papel estratégico no Instituto. 	<ul style="list-style-type: none"> • A não disseminação antecipada (por parte dos gestores) das informações sobre fatos e as notícias relevantes para o Instituto; • O desconhecimento (por parte dos integrantes do IFRJ) de todas as atividades realizadas pela CGCom e das possibilidades de atuação do setor; • Carência de mobiliário e equipamentos adequados para o trabalho da equipe da CGCom; • Falta de efetivo completo da CGCom para execução das atividades nos campi;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração de planejamentos para a 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de colaboração por partes dos

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica

Forças	Fraquezas
<p>comunicação a fim de sistematizar o trabalho da CGCom e dos campi para trabalharem de maneira articulada, executando tarefas e ações integradas;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realização de benchmarking com os outros Institutos Federais que são referência na área de Comunicação Social; • Promoção de eventos e oficinas para o público interno que disseminem o trabalho desenvolvido pela CGCom; • Realização de pesquisa de avaliação com o público interno a fim de nortear as ações de Comunicação Social para os anos seguintes; • Inserção da Comunicação Social no planejamento estratégico do IFRJ. 	<p>gestores para disseminar informações relevantes sobre o Instituto;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de desconhecimento do público interno nos serviços prestados pela CGCom; • Desmotivação da equipe da CGCom com a falta de estrutura, autonomia e legitimidade; • Ausência de investimentos em mobiliário, equipamentos e softwares atualizados para o desenvolvimento do trabalho da comunicação.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos documentos institucionais e nas entrevistas.

3. Objetivos estratégicos

Nos objetivos estratégicos elencados no mapa estratégico do Instituto (IFRJ, 2018), a Comunicação Social está presente no objetivo “Aperfeiçoar a Comunicação Institucional”, que tem como indicadores validados: “ índice de implantação do plano de comunicação e índice de estruturação da comunicação”. Para aperfeiçoar a comunicação institucional, observa-se a necessidade de criar 3 objetivos secundários para nortear o plano.

3.1. Objetivos secundários

- Fortalecer a marca do IFRJ internamente e externamente como instituição pública, gratuita e de qualidade, solidificando a imagem institucional;
- Projetar a Coordenação-Geral de Comunicação Social como uma instância consultiva e referência na área de divulgação institucional e comunicação no âmbito do IFRJ;
- Nortear e definir estratégias, ações, produtos e atividades de Comunicação Social do IFRJ.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



4. Ações estratégicas

- Solicitar a participação da CGCom em pautas específicas da área de Comunicação nas reuniões estratégicas do IFRJ como reuniões do Conselho Superior, do Colégio de Dirigentes, das Diretorias de Ensino e das Coordenadorias de Extensão dos campi, pois estas instâncias influenciam direta e indiretamente no trabalho do setor e são relevantes para o entendimento da visão da comunicação como uma área estratégica para o IFRJ;
- Sensibilizar a chefia para compra de equipamentos, materiais e softwares para desenvolvimento do setor;
- Criar comissões de comunicação nos campi, com servidores de referência para atuarem como “embaixadores” da área;
- Realizar treinamentos na área de Comunicação para multiplicadores da área nos campi;
- Alinhar ações de comunicação com a Diretoria Adjunta de Acesso, Concursos e Processos Seletivos (DACPS) para divulgação institucional;
- Enviar kit padrão de divulgação e reforço da marca do IFRJ: material institucional padronizado para os campi e setores da Reitoria com logotipo correto do IFRJ e dos campi; modelo de fundo de PowerPoint; guia de eventos da rede federal; modelo de convite para eventos, entre outros;
- Divulgar atividades pesquisa, ensino e extensão do IFRJ nos meios de comunicação da Instituição e da imprensa local com pautas relevantes para sociedade e que reforçam a atividade-fim da Instituição;
- Criar calendário de datas comemorativas com ações nas redes sociais, vídeos e eventos de acordo com a data;
- Visitar as escolas e fazer palestras sobre o IFRJ e preparar material de apoio de divulgação do IFRJ em eventos para estudantes em potencial.

5. Públicos estratégicos

O IFRJ tem uma variedade de públicos internos e externos com os quais se relaciona, e pode se relacionar, dada a natureza de sua formação, com diversidade e pluralidade dos campi e das regiões onde estão inseridos. Os públicos interno e externo são:

- Público interno: estudantes; servidores; estagiários; terceirizados; servidores aposentados; órgãos colegiados.
- Público externo: familiares dos estudantes e dos servidores; estudantes em potencial; egressos; mídia; fornecedores; Poder Executivo; entidades representativas de categorias estudantis e profissionais; entidades representativas dos setores produtivos; órgãos de fomento; órgãos de orientação, fiscalização e controle dos atos e ações das instituições da Rede Federal; organizações que representam grupos de interesse da sociedade civil; Poder

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



Legislativo; outras instituições de educação que atuam desde a qualificação profissional à Pós-Graduação.

6. Canais de relacionamento

Tendo em vista o conceito de comunicação pública, as instituições devem informar, ouvir demandas e as expectativas, contribuir para assegurar a relação social e acompanhar as mudanças. Por isto, o plano estratégico de comunicação deve não só atender os objetivos estratégicos da instituição, mas também buscar a inserção e a opinião dos seus stakeholders. Uma proposta é criar canais de relacionamento mais próximos com estes públicos e fazer avaliações periódicas do trabalho que é feito na CGCom por meio de pesquisas de opinião. Com o mapeamento inicial feito durante a pesquisa de campo, observa-se que alguns públicos destacam-se como: alunos, potenciais alunos, familiares dos estudantes e os servidores do Instituto. É necessário fortalecer o relacionamento com outros públicos que influenciam o IFRJ, mas numa primeira etapa, podem-se pensar ações para estes públicos que podem atuar como multiplicadores para ações futuras. Como ações para criação e fomento de canais de relacionamento, podemos citar:

- Categorização do portal para alunos e potenciais alunos (ação a ser articulada com a DGTIC);
- Comunicação entre a CGCom e os centros acadêmicos do IFRJ para divulgação de ações e relacionamento com os alunos;
- Divulgação junto às coordenações de cursos do IFRJ;
- Analisar a viabilidade de um fale conosco no Portal;
- Criar um FAQ para dúvidas e questionamentos mais frequentes sobre o IFRJ;
- Estimular nos campi a realização de eventos como dia de portas abertas e participação dos cursos em feira de profissões de outras instituições;

Baseados nos princípios da comunicação pública, pode-se pensar numa descentralização da comunicação organizacional na instituição, formatando núcleos de produção e gerenciamento que trabalhem em conjunto com CGCom, especialmente nos campi. A Coordenação-Geral de Comunicação Social atuaria como uma gerenciadora dos processos, formulando diretrizes, estimulando inovações e a inserção dos públicos como produtores de conteúdo para o IFRJ.

7. Produtos existentes para divulgação institucional

- Portal institucional (inserção de conteúdo na área de notícias, eventos e imprensa);
- InFoco: informativo semanal online com notícias sobre Reitoria e campi, enviado por e-mail aos servidores do Instituto;

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



- Rádio IFRJ- podcast 2com notícias da semana dos campi e Reitoria ;
- Revista Informação: publicação trimestral com pautas relacionadas a produção dos campi do IFRJ;
- Página no Facebook- perfil oficial do IFRJ;
- Canal no Youtube - perfil oficial do IFRJ;
- Página no Instagram- perfil oficial do IFRJ;
- Vídeos de divulgação para processos seletivos e concursos do IFRJ;
- Vídeos com notícias, eventos e atividades do IFRJ;
- Folder institucional do IFRJ nas versões português e inglês;
- Guia de Carreiras da Graduação: publicação online sobre os cursos de graduação do IFRJ.
- Catálogo de Cursos do IFRJ- 2016: publicação que descreve os cursos técnicos, de graduação e de pós-graduação do IFRJ;
- Mailing list para envio de notícias e avisos gerais da Reitoria para e-mail de servidores (docentes e técnicos-administrativos);
- Backdrop: painel em lona com logotipo impresso do IFRJ, nos tamanhos 3m e 6m, que pode ser usado em eventos, ações institucionais, apresentações, e pódios, entre outros;
- Pasta de plástico com logotipo do IFRJ para uso em eventos e atividades institucionais;
- Pasta em papel cartão com imagens e contatos do IFRJ com aba para uso em eventos e atividades institucionais;
- Bloco de papel em tamanho A5 (148 x 210 mm) com logotipo e contatos do IFRJ.

8. Criação de novos produtos de divulgação institucional

- Material institucional padronizado para os campi e setores da Reitoria: envio de logotipo correto do IFRJ e dos campi; modelo de fundo de PowerPoint; guia de eventos da rede federal; modelo de convite para eventos.
- Livro institucional atualizado nas versões português e inglês;
- Catálogo de Cursos do IFRJ: atualização do material com novos cursos;
- Desenvolvimento das redes sociais do IFRJ como ferramentas institucionais de divulgação e fortalecimento da imagem do IFRJ;
- Inserção em redes sociais que tenham participação ativa de públicos estratégicos do IFRJ;
- Banco de imagens do IFRJ, campi e gestores;
- Propostas de programas para o IFRJ no Canal no YouTube com as seguintes temáticas: alunos em destaque (pautas a partir das notícias enviadas pelos campi; estudantes

² Arquivo digital de áudio transmitido através da internet com propósito de transmitir informações (TERRA, 2015).

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



premiados, alunos que atuam na pesquisa, na cultura, na sociedade, etc.); vídeos sobre cursos técnicos (o que faz o profissional, como é o curso, remuneração média, mercado de trabalho); geografia e história dos lugares próximos aos campi, apresentados por servidores ou alunos; programa semanal com dúvidas comuns de servidores e respostas de um servidor da DGP (licenças, pagamentos, imposto de renda, etc.).

9. Orçamento

O orçamento é sempre uma questão delicada no âmbito de uma instituição pública que recebe verbas do governo federal. Observa-se a necessidade de estruturar a CGCom com equipamentos e softwares para a boa execução do seu trabalho, o que caracteriza-se como investimento, pois trata-se de bens que serão patrimônio da instituição e contribuirão para o fortalecimento da imagem do IFRJ.

É importante pontuar que as recomendações e ações aqui apresentadas não exigem um aporte financeiro alto, necessitando apenas de ações de planejamento, adequação e sistematização dos processos de comunicação na instituição, além de um esforço por parte dos servidores envolvidos nos processos.

10. Metas

Pode-se apontar como metas iniciais:

- Integração entre os diversos canais de comunicação institucional, com planejamento para realizações de ações, especialmente na produção de vídeos e de conteúdos para as redes sociais, equalizando os veículos de comunicação institucional e ampliando o alcance dos meios mais efetivos;
- Descentralização da gestão da comunicação organizacional na instituição, possibilitando que os campi atuem com comitês de comunicação, seguindo as diretrizes, normas e ações estabelecidas na CGCom para a comunicação institucional;
- Fomentar a criação de núcleos de produção e gerenciamento da Comunicação que trabalhem em conjunto na Reitoria e nos campi;
- Sedimentar a comunicação organizacional como uma política institucional no IFRJ, com o desenvolvimento de uma política de comunicação e o cumprimento de atribuições da Comunicação que consta nos documentos institucionais, dando respaldo e legitimidade a CGCom dotando-a do devido regramento formal, discutido e aprovado pelos órgãos colegiados.

+55 21 2681-4938



<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge>



sec.mestradoprofissional@gmail.com.br



Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



11. Avaliação

A avaliação tem o objetivo de criar mecanismos de acompanhamento e controle, para avaliar os sucessos e os fracassos do planejamento estratégico, com base na missão, na análise do ambiente e dos objetivos estabelecidos. Há uso de ferramentas de avaliação como planilhas, cronogramas, check-list, formulário para verificar o andamento do plano. As atividades envolvem:

- Realização de pesquisas de opinião em âmbito interno para avaliação do trabalho da Coordenação-Geral de Comunicação Social com uso de questionário fechado on line por meio da plataforma LimeSurvey a cada seis meses.
- Acompanhamento dos indicadores e métricas das redes sociais do IFRJ.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestrado-profissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



12. Versão resumida do Plano

PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL BIANUAL 2019-2020			
Objetivo estratégico: Aperfeiçoar a Comunicação Institucional			
Objetivos secundários	Ações estratégicas	Produtos	Prazos
Fortalecer a marca do IFRJ internamente e externamente como instituição pública, gratuita e de qualidade, solidificando a imagem institucional.	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgar atividades pesquisa, ensino e extensão do IFRJ nos meios de comunicação da Instituição e da imprensa local com pautas relevantes para sociedade e que reforçam a atividade-fim da Instituição. - Visitar as escolas e fazer palestras sobre o IFRJ. - Preparar material de apoio de divulgação do IFRJ em eventos para estudantes em potencial. - Criar calendário de datas comemorativas com ações nas redes sociais, vídeos e eventos de acordo com a data. 	<ul style="list-style-type: none"> -Material institucional padronizado para os campi e setores da Reitoria: envio de logotipo correto do IFRJ e dos campi; modelo de fundo de PowerPoint; guia de eventos da rede federal; modelo de convite para eventos. -Livreto institucional atualizado nas versões português e inglês. - Catálogo de Cursos do IFRJ: atualização do material com novos cursos - Desenvolvimento das redes sociais do IFRJ como ferramentas institucionais de divulgação e fortalecimento da imagem do IFRJ. 	Os prazos serão acordados com a equipe da CGCom de acordo com as demandas.
Projetar a Coordenação-Geral de Comunicação Social como uma instância consultiva e referência na área de divulgação institucional e comunicação no âmbito do IFRJ.	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar treinamentos na área de Comunicação para multiplicadores da área nos campi. - Alinhar ações de comunicação com a Diretoria Adjunta de Acesso, Concursos e Processos Seletivos (DACPS) para divulgação institucional. - Solicitar a participação da CGCom em pautas específicas da área de Comunicação nas reuniões estratégicas do IFRJ como reuniões do Conselho Superior, do Colégio de Dirigentes, das Diretorias de Ensino e das Coordenadorias de Extensão dos campi, pois estas instâncias influenciam direta e indiretamente no trabalho do setor e são relevantes para o entendimento da visão da comunicação como uma área 	<ul style="list-style-type: none"> - Inserção em redes sociais que tenham participação ativa de públicos estratégicos do IFRJ, como o Instagram. - Banco de imagens do IFRJ, campi e gestores. - Propostas de programas para o IFRJ no YouTube 	Os prazos serão acordados com a equipe da CGCom de acordo com as demandas.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica



PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL BIANUAL 2019-2020			
Objetivo estratégico: Aperfeiçoar a Comunicação Institucional			
Objetivos secundários	Ações estratégicas	Produtos	Prazos
	estratégica para o IFRJ.		
Nortear e definir estratégias, ações, produtos e atividades de Comunicação Social do IFRJ.	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a chefia para compra de equipamentos, materiais e softwares para desenvolvimento do setor. - Criar comissões de comunicação nos campi, com servidores de referência para atuarem como “embaixadores” da área. - Enviar kit padrão de divulgação e reforço da marca do IFRJ: material institucional padronizado para os campi e setores da Reitoria com logotipo correto do IFRJ e dos campi; modelo de fundo de PowerPoint; guia de eventos da rede federal; modelo de convite para eventos, entre outros. 		Os prazos serão acordados com a equipe da CGCom de acordo com as demandas.

+55 21 2681-4938 

<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppge> 

sec.mestradoprofissional@gmail.com.br 

Rodovia BR 465 – KM 7 – Campus Universitário

Seropédica

