Relatório de atividades 2013

Central de comunicação - ACOM

UNITAU
Universidade de Taubaté

Apresentação

A Central de Comunicação (ACOM) é responsável pelo desenvolvimento de políticas de comunicação integrada em prol da consolidação da imagem positiva da UNITAU nas esferas local, regional, nacional e até mesmo internacional.

Em 2013, a Central de Comunicação promoveu o relacionamento da UNITAU com seus mais diversos públicos, como os alunos, os ex-alunos, os funcionários, os professores, a sociedade e seus formadores de opinião. Criada em 2004, ela é vinculada à Reitoria e é subdividida em quatro núcleos: Imprensa, Propaganda, Relações Públicas e Webdesign.

A Central de Comunicação continuou sendo referência da mídia regional para assuntos sobre as mais diversas áreas do conhecimento e, em 2012, com atenção especial para as mídias digitais, cujas atividades estão relacionadas a seguir.

Núcleo de Assessoria de Imprensa

Durante 2013, a Assessoria de Imprensa da Secom trabalhou em diferentes áreas, com o objetivo de zelar pela imagem da Instituição e promover ações para garantir a aparição positiva da Universidade na imprensa.

Eventos e atividades importantes desenvolvidas pela UNITAU foram noticiadas pela mídia. Entre os assuntos de destaque estiveram os já tradicionais Vestibular e Feira de Profissões. Outros eventos, como o CICTED e a Feira de Oportunidades também foram alvo de matérias escritas e televisivas.

Trabalhos e pesquisas desenvolvidos por alunos e professores continuaram se mostrando uma importante, se não a principal, fonte de matérias para a Universidade. Um levantamento feito por um aluno de Psicologia sobre o comportamento de adolescentes rendeu inúmeras matérias, em diferentes veículos. O mesmo aconteceu com alunos de Engenharia Civil que projetaram um bicicletário ecoeficiente. A atuação da UNITAU na Antártica foi ainda outro tema que despertou o interesse dos jornalistas, entre outros.

Na tentativa de melhorar a comunicação com os jornalistas, decidimos mudar nosso meio de envio de releases. Anteriormente, as pautas eram enviadas, se possível, diariamente, e num e-mail comum.

Contudo, chegamos a conclusão que o volume de e-mails era grande, o que fazia com que os jornalistas não se interessassem em abrir nossos e-mails, ou não dessem atenção a assuntos importantes. Assim, criamos o UNITAU em pauta, um informativo digital que agrupa, com um layout diferenciado, quatro (ou mais) notícias.

Com o recurso, segmentamos nosso mailing, enviando essa revista digital duas vezes por semana (às terças e sextas-feiras), inicialmente, para veículos como, por exemplo, Vanguarda e O Vale, que costumam absorver parte de nossas sugestões. Para veículos como, por exemplo, Diário de Taubaté e Guia Taubaté, mantivemos o envio diário de releases, no modelo antigo, já que eles utilizam quase que também diariamente nossas sugestões.

Trabalhamos com sugestões de pautas específicas, isto é, sugerimos matérias para um veículo isoladamente. A medida é bem aceita, visto que os jornalistas preferem utilizar histórias inéditas.

file:///Z:/Trabalho/BOLETIM%20UNITAU%20EM%20PAUTA/46.%20Boletim%2008%20de%20outubro/boletim%20

UNITAU

Universidade de Taubaté

UNITAU EM PAUTA

Assessoria de Comunicação - ACOM

08/10/2013

Taubaté recebe Festa Literária até domingo

Evento Ligação, realizado em parceria com a UNITAU, oferece atrações gratuitas e acontece no Sítio do Picapau Amarelo

Thiago Gustavo/UNITAU

A UNITAU, em parceria com a Prefeitura de Taubaté, com o Instituto Todo Mundo e com a Cidade do Conhecimento, da Universidade São Paulo (USP), realiza, de 8 a 13 de outubro, a 4ª edição do projeto Ligação (Literatura Infantojuvenil, Games e Artes em Ação). O evento anual leva especialistas para divertir, de forma criativa, o público de crianças e jovens do Vale do Paraíba. [+]

Congresso

Alunos se preparam para apresentar pesquisas [+]

Conhecimento

Pesquisadores embarcam para a Antártica [+]

Mercado

Aluna faz curso de empreendedorismo e monta empresa [+]

Saiba mais

Essas e outras notícias estão disponíveis no site unitau.br

Também mantivemos em 2013 o trabalho de sugestão de fontes para matérias. Muitos professores foram entrevistados em áreas diferentes, entre elas saúde, educação, psicologia, mercado de trabalho, economia etc.

Neste sentido, estabelecemos uma lista de fontes por atuação, com a proposta de segmentar nosso cadastro de fontes por especialidade, facilitando a localização de entrevistados.

Tivemos ainda o desafio e oportunidade de produzir o conteúdo do "UNITAU: um olhar para a comunidade", jornal que ocupa duas páginas no jornal Gazeta de Taubaté e é produzido pela UNITAU com o propósito de divulgar as ações realizadas pela Instituição com foco no público externo.

Originalmente esse informativo é produzido pela PREX, mas, excepcionalmente entre dezembro, janeiro e fevereiro, foi produzido pela Secom.

Os estagiários se envolveram em diferentes atividades, desde a sugestão de pautas até a diagramação propriamente dita do material. O trabalho englobou os diferentes núcleos da Central.

Experiências profissionais preparam para futura carreira

Alunas e contratantes reconhecem a importância e os benefícios da troca de conhecimentos

Por Gabriel Castro

A experiência no mercado de trabalho possibilita que os estagiários, trainees e contratados conheçam mais sobre a profissão, se aperfeiçoem, troquem conhecimentos e ganhem bagagem para a carreira.

Tainara Vieira de Araújo, aluna do 3º ano de Agronomia, é estagiária na Secretaria de Turismo e Cultura (Setuc) da Prefeitura de Taubaté, onde desenvolve projetos e atividades relacionadas ao turismo, especialmente o rural.

Ela soube da vaga pela Central de Oportunidades. "Fiz uma prova e passei. Em seguida, fui chamada e estou aqui há nove meses."

PRÁTICA / O trabalho que Tainara desenvolve tem total relação com o que aprende na UNITAU. "Levei um susto no começo, pois achava que não tinha relação nenhuma entre turismo e Agronomia, porém, depois, pude ver que turismo é desenvolvimento, e nós, como agrônomos, temos que desenvolver a área rural, e isso envolve o turismo."

Tainara já participou da organização de vários eventos, entre eles o 1º Encontro de Turismo Rural do Vale do Paraíba, no qual foi lançado o Guia de Produtos Tradicionais Rurais. "Desenvolveu-se a partir disso uma carta de intenções para o desenvolvimento do turismo rural no Vale do Paraíba, que hoje está sendo usada no Brasil inteiro como case de sucesso", disse.

> **Temos de fazer valer para eles e para nós, temos de absorver todo o conhecimento possível e também ensiná-los**
> Carmola Bastos, Diretora de Turismo da Setuc

Carmola Bastos, Diretora de Turismo da Setuc, ressalta a importância do estagiário. "É uma relação muito rica. Temos de fazer valer para eles e para nós, temos de absorver todo o conhecimento possível e também ensiná-los."

EMPREGO / Alessandra Maria Santos, aluna do 2º ano de Jornalismo, conseguiu um emprego pela Central. Ela trabalha na ONG Grupo de Apoio a Pessoas com Câncer (GAPC), que apoia portadores de câncer com mais de 18 anos e suas famílias, oferecendo atendimento psicológico, remédios, exames etc.

A aluna cuida das redes sociais do GAPC, atendendo às unidades de Taubaté, São José dos Campos, Mogi das Cruzes (SP), Resende (RJ), Volta Redonda e Vitória (ES). "Aplico várias coisas que aprendi nas aulas de Teorias da Comunicação, por exemplo. Hoje, reconheço o impacto das coisas que falamos, postamos, anunciamos. Sei como agir com as pessoas, como manter o contato, a interatividade com os cidadãos."

Priscila Sassaki, coordenadora do Departamento Nacional de Marketing do GAPC, prioriza a oferta de vagas pela Central. "Tínhamos dificuldade quando surgia uma vaga, então, já há alguns anos, pedimos primeiro para a UNITAU divulgar as vagas, quando são para Taubaté".

Como se cadastrar?

Para receber e-mails com vagas de estágio e emprego disponíveis nas empresas conveniadas é preciso acessar o site da Universidade de Taubaté (www.unitau.br), clicar na aba "Portal do Aluno", onde há o banner "Central de Oportunidades", e cadastrar o currículo. A UNITAU oferece o serviço tanto para alunos quanto para ex-alunos.

Mais informações podem ser obtidas na Pró-reitoria Estudantil pelo telefone (12) 3625-4180.

Alessandra Maria dos Santos, 19 anos, trabalha na ONG Grupo de Apoio a Pessoas com Câncer (GAPC), onde cuida das redes sociais da organização

Tainara Vieira de Araújo, estagiária na Secretaria de Turismo e Cultura (Setuc)

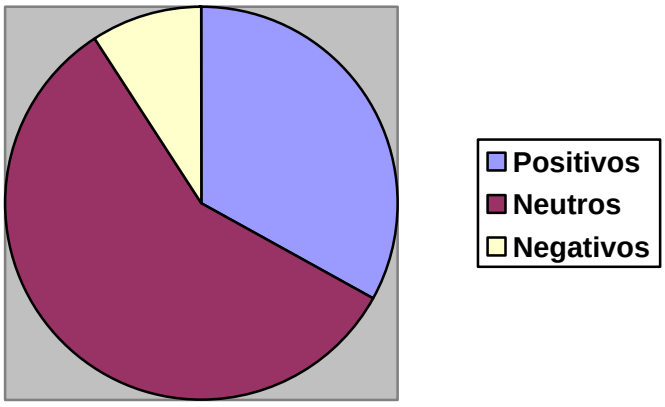
Carmola Bastos, Diretora de Turismo de Taubaté

Aqui, pontuamos, então, as atividades desempenhas pela assessoria de comunicação da Secom em 2013: atendimento à imprensa, produção e envio de releases, controle do fluxo de informações, follow up, produção de press kit, produção editorial dirigida (Guia do Estudantes) e cobertura de eventos.

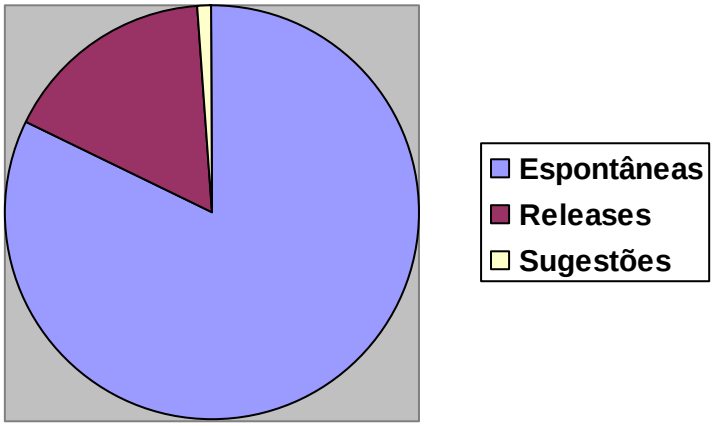
O ano também exigiu da Assessoria ações para neutralizar notícias negativas envolvendo a Instituição. A postura da Instituição foi a de não deixar sem resposta os questionamentos e críticas, trabalhando para reforçar o propósito de transparência na gestão. As manifestações acompanharam as ações administrativas adotadas para solucionar os possíveis problemas verificados.

Na sequência, pontuamos em números alguns dos trabalhos prestados:

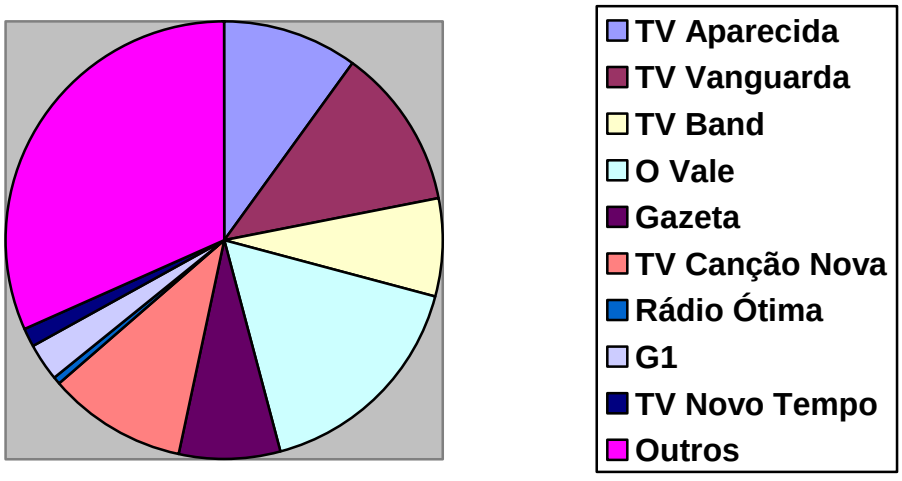
- Atendimentos à imprensa: foram 792, dos quais: 261 sobre assuntos considerados "positivos", 73 "negativos", 458 "neutros" (especialmente entrevistas de professores sobre assuntos diversos, mas não relacionados à UNITAU):



Ainda desse total (792), observado outro aspecto, 131 foram frutos de releases, 652 de demandas “espontâneas” e 9 de pautas sugeridas.



Foram 81 da TV Aparecida, 99 da TV Vanguarda, 60 da TV Band, 135 do jornal O Vale, 63 do jornal Gazeta de Taubaté, 83 da TV Canção Nova, 5 da Rádio Ótima, 23 do portal G1, 11 da TV Novo Tempo e 260 de outros veículos, entre eles Rádio Cultura, jornal Voz do Vale, Rádio Band Vale e outros.

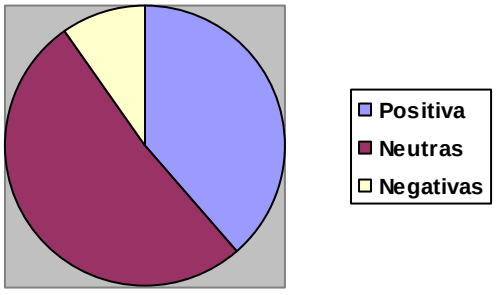


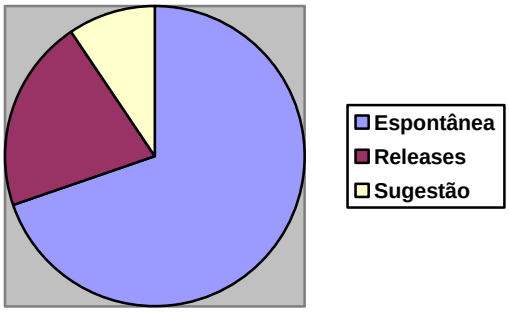
- Matérias veiculadas em jornais impressos e sites: foram 2.634, das quais 1.436 “positivas”, 224 “negativas” e 974 “neutras”.

Mês	Positivas	Neutras	Negativas	Total

Janeiro	121	49	11	181
Fevereiro	87	47	5	139
Março	44	74	17	135
Abril	72	156	11	239
Maio	111	137	22	270
Junho	135	130	6	271
Julho	114	99	6	219
Agosto	177	94	11	282
Setembro	144	73	26	243
Outubro	119	72	48	239
Novembro	159	21	47	227
Dezembro	153	22	14	189
	Positivas	Neutras	Negativas	Total anual
	1.436	974	224	2.634

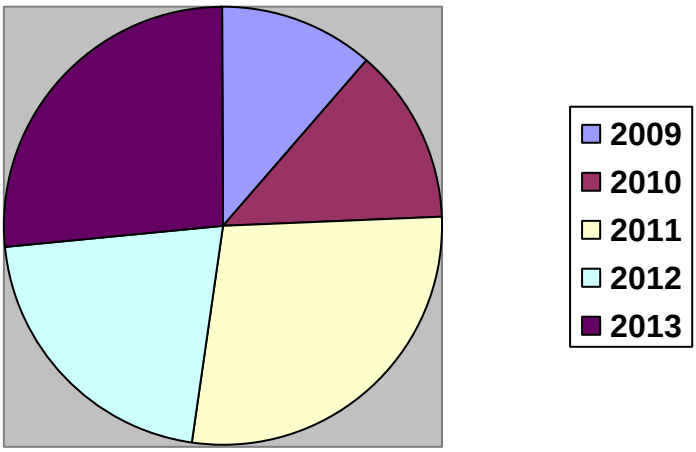
- Matérias veiculadas na televisão: foram 213, sendo 82 positivas, 110 neutras, 21 negativas, 142 espontâneas, 43 frutos de releases e 19 sugeridas.





- Imagens produzidas: 12.527.

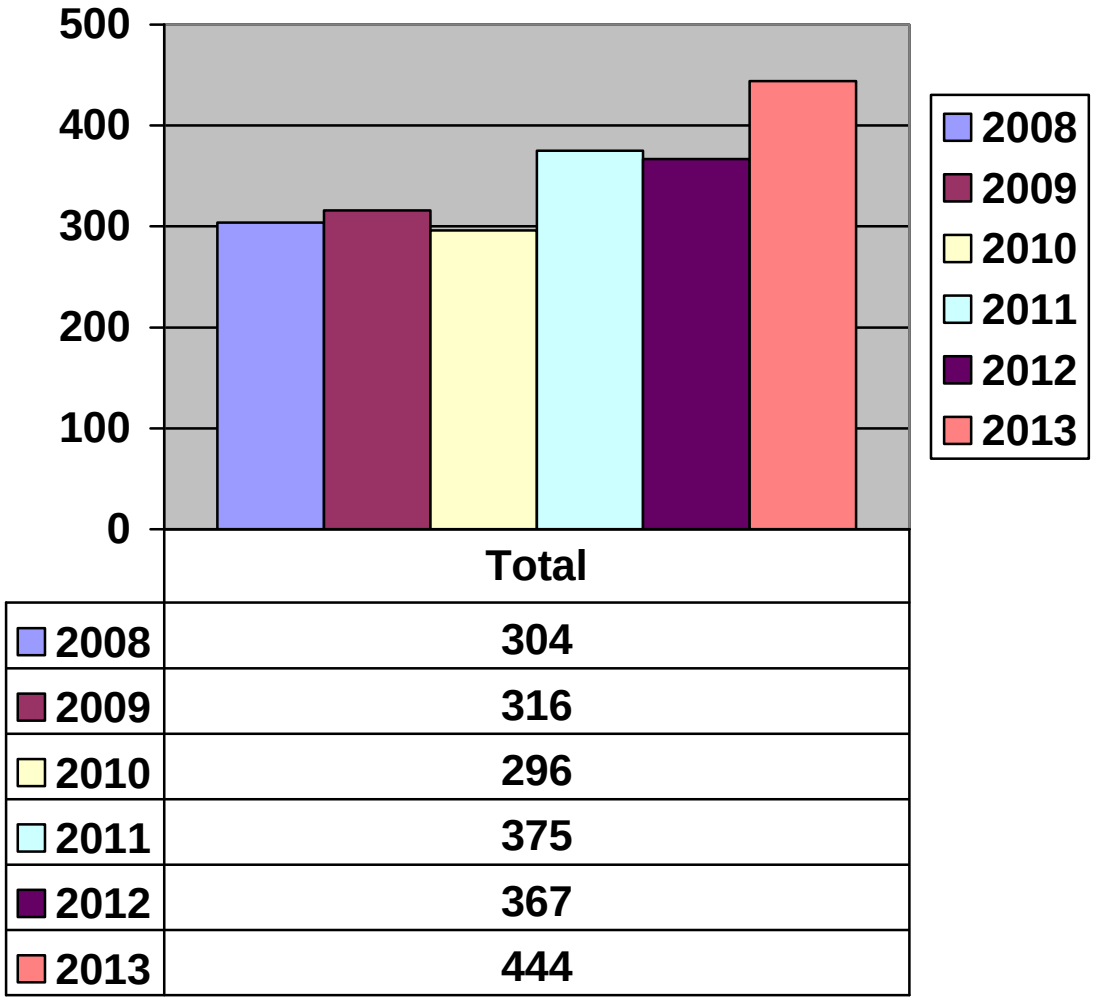
	2009	2010	2011	2012	2013
Janeiro	65	82	147	811	459
Fevereiro	195	35	528	568	321
Março	31	447	1064	640	711
Abril	22	288	1121	688	815
Maio	573	238	1394	1093	1.430
Junho	379	262	727	556	575
Julho	239	316	602	177	917
Agosto	323	855	1574	596	1.705
Setembro	680	1034	3024	1483	2.060
Outubro	1625	1614	861	1409	1.523
Novembro	472	617	501	941	1.198
Dezembro	748	315	1481	956	813
Total	5352	6103	13024	9918	12.527



- Releases produzidos: 444.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Janeiro	5	6	5	8	8	30
Fevereiro	6	7	10	21	11	38
Março	31	32	36	32	38	37
Abril	32	19	33	35	34	39
Maio	24	35	39	47*	39	40
Junho	21	30	17	37	31	33
Julho	9	27	14	19	14	37
Agosto	31	21	52	46	52	49
Setembro	26	30	27	38	40	42
Outubro	38	48	25	41	37	42
Novembro	55	36	16	41	38	24

Dezembro	26	25	22	10	25	33
Total	304	316	296	375	367	444



Núcleo Propaganda

CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

São o conjunto de peças e ações publicitárias ou promocionais executadas por um determinado tempo e direcionadas a um determinado público de interesse. As campanhas publicitárias desenvolvidas em 2013 foram:

1. Pós-graduação 2013 – 1º semestre
2. Institucional (Adimplência, Parcelamento de dívida, patrocínios)
3. Feira de Oportunidades – maio
4. Vestibular de inverno 2013 – junho/julho
5. Feira de Profissões 2013 – setembro
6. Vestibular de verão 2014 – outubro/novembro
7. Pós-graduação 2014 – 2º semestre

O propósito desse setor é a unificação e a otimização das ações e dos investimentos em comunicação. O ano de 2013 foi um ano de muitas mudanças. A semestralidade se efetivou em dois vestibulares: de inverno e verão. E conseguimos ativar nossos canais e as redes sociais para as diversas campanhas promocionais com a criação do Núcleo de Produção de Conteúdo e Redes Sociais.

Para a divulgação tradicional foram usados tv, rádio, jornal, revista, busdoor, midia indoor (shoppings em sjc, tté e litoral) e internet. Ações de 'corpo a corpo' como telemarketing, e-mail mkt e mobile (sms) também foram usadas.

A campanha institucional continuou sendo pontuada por alguns patrocínios em emissoras de rádio e de tv, além de revistas e jornais locais. Durante as campanhas, esses espaços foram otimizados e utilizados também.

JOBS

São trabalhos específicos e pontuais, como a criação de identidades visuais, o design de produtos promocionais (brindes), a divulgação de eventos (seminários/congressos). Os principais jobs de 2013 foram:

1. Campanha de matrícula/rematrícula/transferência
2. Campanha 'volta às aulas' e 'bem-vindos'
3. Campanha do SAV – Serviço de Atendimento ao vestibulando
4. Canais on-line – integração e customização – twitter/fanpage/blog/site
5. V Seminário de Ética em Pesquisa
6. Programa de incentivo ao pagamento + Bip
7. Festa dos Calouros e Copa dos Calouros
8. Juta e Juta Beach
9. Campanha de parcelamento de dívidas – negociação Unitau
10. Institucional e promocional do Colégio Unitau
11. Museum of dreams – projeto de ex-aluna
12. Clínica de Fisioterapia e Clínica de Nutrição
13. Campanha dos ex-alunos – PRE Unitau
14. Atualização de Papelaria para EPTS Unitau
15. Institucional da Cipa e divulgação da Sipat 2013
16. Campanha de comunicação interna – o fim dos ramais
17. Rádio FM Unitau – 9 anos
18. Selo comemorativo e site dos 25 anos do CEA
19. II Cicted
20. Campanha Central de oportunidades – PRE
21. Portal da biblioteca on-line
22. Portal das revistas científicas
23. Projeto Restau – Museu Aberto da Unitau (reativação)
24. Campanha Residência Médica – Coreme
25. Campanha ENADE

26. Campanhas institucionais – Dia da Secretaria, Dia do Professor, Dia da Unitau, Dia de Taubaté e Natal/Ano Novo
27. Retrospectiva 2013 para redes sociais

Mídia

A Universidade de Taubaté empenhou, no ano de 2013, R$ 1.125,000,00 para compra de espaços publicitários nos diversos veículos de comunicação que atendem aos diferentes públicos de interesse da Instituição.

O planejamento de mídia e a compra de espaços foram feitos novamente pela agência licitada – Regional Propaganda e Marketing (renovação). A Central de Comunicação fez o acompanhamento e o controle da verba para determinação dos melhores veículos, formatos e volumes para as ações.

1. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR CAMPANHAS

CLIENTE	PRODUÇÃO	VEICULAÇÃO	TOTAL (R$)
INSTITUCIONAL	97.498,87	340.707,94	438.206,81
FEIRA DE PROFISSÕES	21.188,63	51.273,19	72.461,82
VESTIBULARES	121.751,45	360.817,83	482.569,28
PÓS-GRADUAÇÃO	7.592,41	84.133,60	91.726,01
FEIRA DE OPORTUNIDADES	38.476,29		38.476,29
TOTAL FINAL	286.507,65	836.932,56	1.123.440,21
SALDO			1.559,79

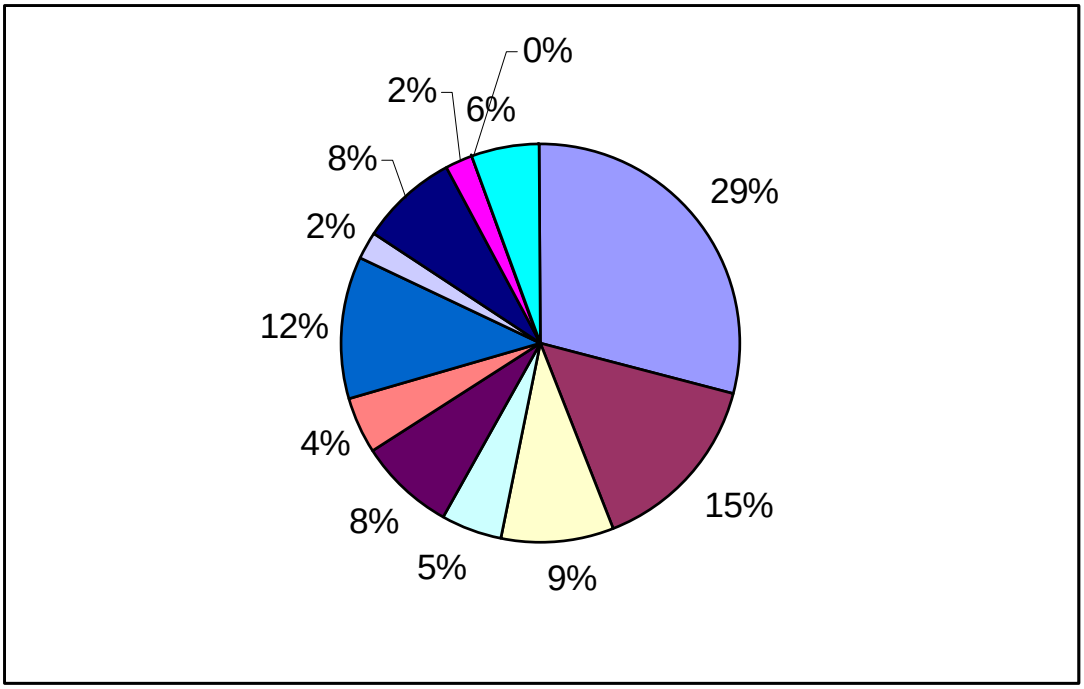
É importante observar que aproximadamente 40% da verba total foram destinados à campanha institucional. E também que continuamos investindo na divulgação da pós, gerenciada pela EPTS – Empresa de Pesquisa Tecnologia e Serviços da UNITAU.

2. DISTRIBUIÇÃO DA VERBA - VEICULAÇÃO E PRODUÇÃO

VEICULAÇÃO	836.932,56
PRODUÇÃO	286.507,65

Se compararmos essa relação com o ano anterior, observamos um aumento no valor investido em veiculação. Isso ocorreu, devido a criação do Núcleo de Produção de Conteúdo e Redes Sociais que assumiu grande parte da produção necessária para as campanhas.

3. DISTRIBUIÇÃO DA VERBA DE VEICULAÇÃO



É importante observar que, em 2013, investimos pouco em programas de patrocínio o que garante freqüência e exposição da marca Unitau porque tivemos que investir em esporte com a verba de mídia. O ideal para a instituição é ter um programa específico de investimento, patrocínio e incentivo ao esporte

4. OBJETIVOS PARA 2014

- finalização do manual de identidade visual da marca Unitau com capítulo de marcas coligadas;

- implementação do núcleo de produção de conteúdo e de redes sociais;

- estabelecimento definitivo de convergências para as produções tradicionais;

- implantação da base do núcleo on-line para CRM, métricas, análise de investimentos e resultados;

- campanha corporativa para 40 anos unitau e outras comemorações;

- campanhas promocionais para ead, vestibular de inverno e verão, pós-graduação e colégio unitau;

- campanha institucional para pós-graduação (caso epts disponibilize verba específica);

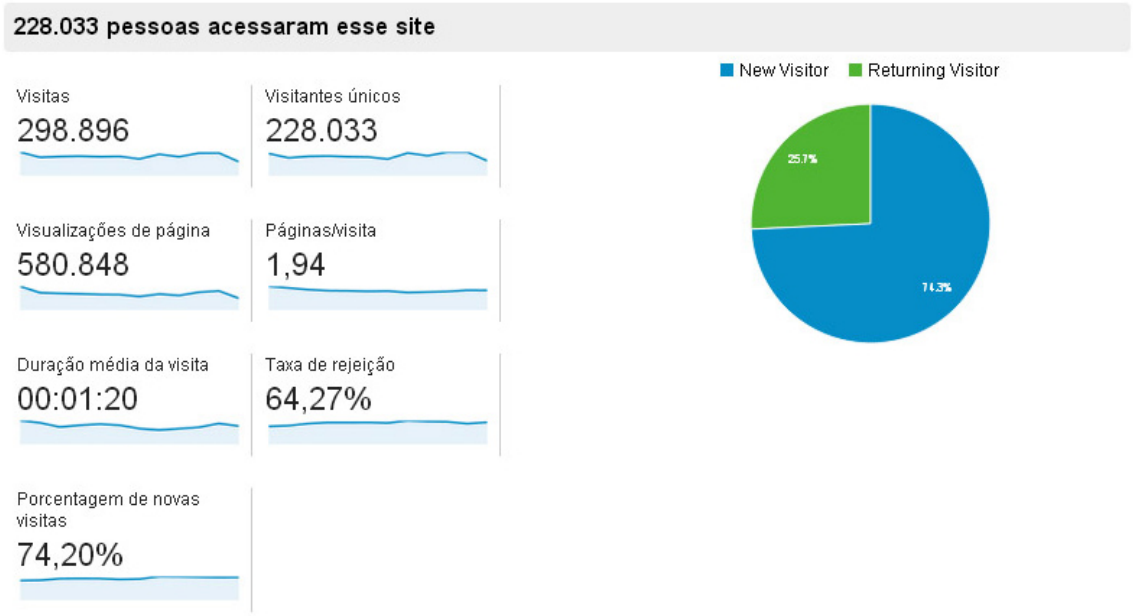
- ampliação dos formatos on-line para móbile;

- implantação de app (aplicativo) para a central do aluno;

Site UNITAU

Gestão de conteúdo

O site institucional unitau.br é uma das vitrines da Universidade. Durante o ano de 2013, o portal recebeu 298.896 visitantes, acumulando mais de 580 mil visualizações. Para manter o conteúdo sempre em dia, o site exige manutenção diária que inclui postagem de notícias, atualização dos cursos, divulgação de concursos, publicação de licitações, de deliberações, entre outros.



Período de 01/01/2013 a 31/12/2013

Os visitantes são divididos em duas categorias – novos e recorrentes. Os visitantes novos, que nunca acessaram a página antes, compõe grande parte do fluxo de internautas do unitau.br, contabilizando 74,3% dos acessos. Os visitantes recorrentes, que acessam o site mais de uma vez, totalizam 25,4%. Com relação aos dispositivos pelos quais os internautas acessam o unitau.br, grande parte o faz de computadores ou desktops. Em segundo lugar ficam os celulares, seguido dos tablets.

O site em português é o grande carro chefe e recebeu mais de 277 mil visitas ou 92,9% dos acessos. A versão do site em inglês atingiu 3,08% e totalizou mais de nove mil acessos.

O número de acessos segue uma média de mil visualizações por dia, atingindo picos de mais de dois mil acessos, como no dia 7 de novembro de 2013. Em média, a duração das visitas tem um tempo médio de 1'20'', e os usuários visitam aproximadamente duas páginas.

Grande parte dos internautas que acessam o unitau.br são de Taubaté, seguido por São José dos Campos, São Paulo e Rio de Janeiro. São contabilizados números relevantes de acessos em Belo Horizonte, Salvador, Campinas e Brasília.

Informações demográficas

- Idioma
- País/território
- Cidade

Sistema

- Navegador
- Sistema operacional
- Provedor de serviços

Celular

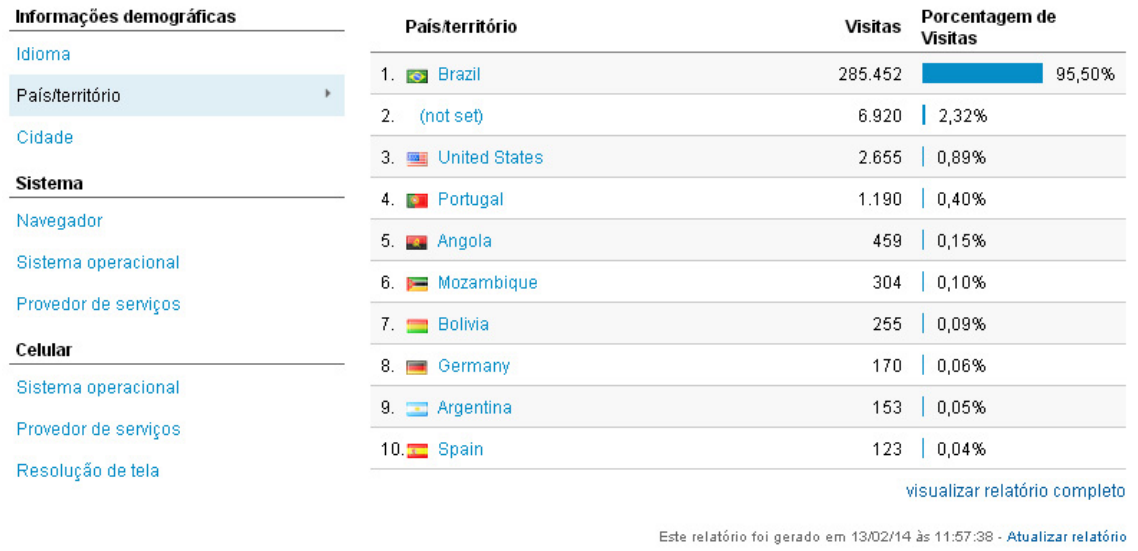
- Sistema operacional
- Provedor de serviços
- Resolução de tela

	Cidade	Visitas	Porcentagem de Visitas
1.	Taubate	59.374	19,86%
2.	Sao Jose dos Campos	38.383	12,84%
3.	Sao Paulo	33.351	11,16%
4.	Rio de Janeiro	12.278	4,11%
5.	Belo Horizonte	10.435	3,49%
6.	(not set)	10.259	3,43%
7.	Salvador	7.270	2,43%
8.	Campinas	6.898	2,31%
9.	Pindamonhangaba	6.069	2,03%
10.	Brasilia	5.098	1,71%

visualizar relatório completo

Este relatório foi gerado em 13/02/14 às 11:54:16 - Atualizar relatório

Quando é analisada uma amostragem internacional, o unitau.br possui acessos nos Estados Unidos, Portugal, Angola, Moçambique, Bolívia, Alemanha, Argentina e Espanha.



Informações demográficas

- Idioma
- País/território
- Cidade

Sistema

- Navegador
- Sistema operacional
- Provedor de serviços

Celular

- Sistema operacional
- Provedor de serviços
- Resolução de tela

	País/território	Visitas	Porcentagem de Visitas
1.	Brazil	285.452	95,50%
2.	(not set)	6.920	2,32%
3.	United States	2.655	0,89%
4.	Portugal	1.190	0,40%
5.	Angola	459	0,15%
6.	Mozambique	304	0,10%
7.	Bolivia	255	0,09%
8.	Germany	170	0,06%
9.	Argentina	153	0,05%
10.	Spain	123	0,04%

visualizar relatório completo

Este relatório foi gerado em 13/02/14 às 11:57:38 - Atualizar relatório

Ao longo de 2013, o unitau.br apresentou crescimento no número de páginas e, consequentemente, de informações que são disponibilizadas para o público em geral. Atualmente, é composto por 1.365 páginas – pró-reitorias (6), UNITAU (10), departamentos (22), eventos (97), internas (154), curso (125), notícia (951) – e por 9.407 arquivos – licitações (22), banco de arquivos, que inclui PDFs e formulários (1.607) e deliberações (7.778).

Durante o ano, foram implementados novos sistemas ao site, listados a seguir:

Deliberações e licitações: Os arquivos podem ser postados diretamente no unitau.br pelos responsáveis dos respectivos setores. Essa facilidade possibilita que os documentos sejam adicionados ao site logo após sua liberação.

Corpo docente: A atualização do quadro de professores da Universidade é uma atividade constante que demanda colaboração dos respectivos departamentos. O sistema foi liberado em setembro de 2013. Na ocasião, foi enviado um memorando solicitando aos departamentos que enviassem a lista de docentes e atualizamos os cursos conforme recebemos as informações. Hoje, encontra-se em período de atualização o corpo docente dos cursos de pós-graduação.

Stricto Sensu: Liberado em junho de 2013, o sistema prevê a criação de páginas com informações sobre os cursos de Stricto Sensu da Universidade. Assim como nos demais cursos divulgados no site, os interessados podem encontrar

informações sobre o curso – apresentação, linhas de pesquisa, disciplinas, corpo docente e departamento. Atualmente, o sistema hospeda 11 cursos.

Portal do Professor: Criado para disponibilizar conteúdo direcionado aos docentes da Universidade, o Portal do Professor substituiu o blog Conversa Expressa. Dentro desta seção, os professores podem acessar o sistema de plano de ensino e publicar as notas e faltas dos alunos. Como homenagem ao dia do professor, foi produzido um vídeo com histórias de três docentes da Instituição de diferentes áreas do conhecimento. O vídeo foi postado no canal da Universidade no youtube (http://migre.me/hKgPC) e contabiliza 400 visualizações.

Novo servidor para hospedagem do site: Devido ao crescimento do conteúdo do unitau.br, surgiu a necessidade de aumentar a capacidade do servidor que hospeda o site. As atuais configurações limitam o número de domínios em dois (hoje possuímos o unitau.br e o web.unitau.br – para hotsites) e também ocasionavam momentos de lentidão no portal. Após análise em conjunto com a Phocus e com o pessoal da Central de Informática da Universidade, decidimos pela compra de um plano Premium da Locaweb, mesma empresa que já fornecia o serviço anteriormente.

Por se tratar de uma grande quantidade de arquivos, a migração está sendo feita de uma forma que não cause instabilidade no site e o mesmo fique fora do ar. Na etapa final, prevista para março 2014, o unitau.br poderá ficar fora do ar por uma hora para finalização do envio dos dados. Esse momento será avisado previamente pela empresa Phocus para tomarmos as medidas necessárias.

Esse novo servidor, além de potencializar a fluidez das informações, possibilitará a criação de novos sites (até 50 novos domínios) dentro do portal. Ele poderá ser usado já em novas demandas, como por exemplo, a página dos cursos de Ensino a Distância (EAD), o portal das bibliotecas da Universidade, entre outros.

Boletim Conversa Expressa: Durante o ano de 2013, o Boletim Conversa Expressa ganhou novas editorias. Além dos perfis dos docentes da Instituição, foi aberto espaço para que os professores relatassem experiências em sala de aula e sugerissem dicas de leitura. Para 2014, o projeto deverá ser modernizado com

objetivo de oferecer conteúdo relevante e de interesse aos docentes da Universidade.

Sistema de busca: O sistema de busca foi aprimorado para atender a demanda de busca por conteúdo do site. Antes, os usuários digitavam alguma palavra-chave e o sistema não a identificada. Após solicitar melhoria para Phocus, o sistema voltou a funcionar. A busca é de extrema importância, pois alguns internautas não identificam a localização do que procuram no portal, e o sistema os auxilia a encontrarem a informação desejada.

Eventos: A página inicial do site possui um espaço destinado a divulgar os eventos da Instituição. Lá, são adicionadas informações sobre o que será o evento, o local e o horário dos mesmos.

Hotsites: Os hotsites são criados para dar apoio às campanhas da Universidade, como, por exemplo, os vestibulares. Por se tratar de apenas um período de divulgação, os hotsites tem prazo de validade, ou seja, são desativados com o término das campanhas. Devido a essa necessidade, foi solicitado a criação de um ambiente para que essas páginas pudessem ser hospedadas – web.unitau.br. Durante o ano de 2013, foram criados hotsites para os vestibulares – verão e inverno, vestibular EAD, residência médica e aperfeiçoamentos.

Próximos passos

Metas para 2014

Site Colégio UNITAU: o projeto do site, elaborado de acordo com as necessidades do Colégio, foi iniciado em 2013. Os layouts (desenhos das páginas) foram finalizados e as páginas e a programação das mesmas estão em processo de desenvolvimento. Previsão para entrega: abril 2014.

Página do Núcleo de Pesquisas Econômico-sociais (NUPES): referência em pesquisa em todo o Vale, o NUPES passará a ter um espaço no unitau.br para divulgação das pesquisas e unificação das informações do Núcleo. O projeto está

em fase inicial e serão realizadas algumas reuniões para definição de layout e conteúdo.

40 anos UNITAU: O ano de 2014 será de comemorações na Universidade por conta dos 40 anos da instituição. O unitau.br dará apoio às publicações e, possivelmente, irá concentrar alguma delas.

Corpo docente: Incluir os professores dos cursos de pós-graduação no site e manter atualizado o corpo docente dos demais cursos.

Criar um sistema de sugestão de pautas/eventos: O projeto tem como objetivo estreitar os canais de comunicação desta Central com os departamentos, os professores e os alunos. Para isso, será implantado um sistema no qual qualquer usuário do unitau.br possa sugerir pautas e nos informar de eventos ou acontecimentos em seu departamento. Dessa forma, as informações chegariam até o núcleo de imprensa possibilitando a divulgação de ações da Universidade com mais eficácia.

Cursos rápidos: Atualmente hospedados em um blog, os cursos rápidos oferecidos pela Pró-Reitoria de Extensão (PREX), terão espaço dentro do unitau.br. O objetivo é concentrar todas as informações referentes à Universidade e seus produtos no portal da Instituição.

Avaliar as funções dos botões: Os botões foram criados para facilitar a visualização de determinado conteúdo no unitau.br. Para 2014, os botões serão redesenhados e os conteúdos em que são linkados serão avaliados para verificar a relevância dos mesmos para comunidade acadêmica.

Aprimorar o sistema de gerenciamento do site: A partir do uso diário da ferramenta, identificamos alguns pontos que podem ser melhorados para facilitar a logística de postagem de conteúdo no site. Essa tarefa é contínua e realizada em parceria com a Phocus. O objetivo é tornar o sistema mais completo, de forma a atender plenamente as necessidades da Universidade.

Núcleo de Redes Sociais

O Núcleo de Produção de Conteúdo e Redes Sociais da CECOM surgiu como uma área independente, ligada aos núcleos de Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas, com o apoio do núcleo de Webdesign. Hoje, o núcleo é responsável pela produção de vídeos e conteúdo para diversas redes sociais, em especial para a fanpage, o carro chefe das nossas redes sociais. A projeção para o ano de 2014, é que a área passe a produzir conteúdos diversos e especializados para outras redes sociais, como Instagram (com foco na graduação e no institucional) e Linkedin (com foco na Pós-graduação e nos cursos de EAD).

Com uma grande parte da produção de conteúdo da UNITAU focada dentro da assessoria, o núcleo representará uma economia grande em produção audiovisual externa, com o suporte necessário em equipamentos, e bons resultados quando expostos nas redes sociais.

Objetivo anual

Com o intuito de transformar e humanizar a imagem da Universidade de Taubaté (UNITAU) nas redes sociais, a equipe da CECOM (Central de Comunicação) tenta propor o diálogo com os seguidores e gerar engajamento na página. A transmissão de conhecimento por meio de notícias, informações e informes promocionais sobre a Universidade passou a dividir espaço com publicações engraçadas, depoimentos em vídeo e dicas culturais. Tudo isso para o fortalecimento da nossa marca.

Ao propor um bate papo com os futuros vestibulandos na rede, a UNITAU abre espaço para um relacionamento mais próximo, como de um amigo, e acostuma os seguidores a este tipo de ação, evitando que a Instituição seja vista com hostilidade.

Para aumentar a presença da Universidade no mundo virtual, lançamos duas novas redes em 2013: o Instagram e o Linkedin.

Ações nas redes sociais em 2013

- Publicação de fatos históricos e curiosidades sobre a Universidade;

- Publicação de arte de Dia de Profissões;

- Aprimoramento da construção de uma linguagem jovem e interativa;

- Publicação de álbuns temáticos;

- Publicação da Retrospectiva durante o recesso de fim de ano;

- Cobertura com vídeos na Feira de Profissões;

- Produção de vídeos com histórias de alunos para a campanha do Vestibular de Verão;

- Publicação de perfis de alunos e entrevistas com palestrantes da Feira de Profissões;

- Cobertura de diversos eventos da Universidade, com publicações de textos e fotos, como CICTED (Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento), Volta às Aulas e Matrícula;

- Publicação de perfis de alunos e de professores durante todo o ano;

- Produção de vídeo com depoimentos para o Dia dos Professores;

- Produção de perfis para o Dia do Estudante;

- Publicação de frases de Bom Dia;

- Criação de enquetes para ações específicas, como Vestibular de Verão, Dia do Estudante, Dia do Professor e Pós-graduação;

- Desenvolvimento de ações promocionais específicas;

- Desenvolvimento de artes específicas para as ações mais importantes;

- Plantão de dúvidas

- Unificação dos canais da pós-graduação com a Universidade;

- Criação de conteúdo e gerenciamento das redes do SAV (Serviço de Atendimento ao Vestibulando);

- Criação do Instagram e do Linkedin;

Resultados

Dia das Profissões

Montamos um calendário com 34 profissões, utilizando como critério de seleção os cursos oferecidos pela Universidade. O Dia do Engenheiro, em 11 de dezembro, foi a publicação mais visualizada. No total, 3.914 pessoas viram o conteúdo, 56 curtiram, 1 compartilhou e 16 comentaram.

Feira de Profissões

Durante a Feira de Profissões, a CECOM produziu 10 vídeos, oito perfis, XX fotos e cinco artes promocionais.

Os vídeos tiveram 3.375 visualizações no Youtube. O vídeo de maior alcance foi "Melhores Momentos da Feira", com 1.192 views.

Os perfis deixaram o público mais próximo da Feira. Identificar-se com a experiência proporcionada pelo evento é fundamental para desejar participar dele. O depoimento da aluna Grace Ellen Aleixo da Silva teve a maior repercussão, com 62 curtir, 15 comentários e 1 compartilhamento.

Com a ação nas redes, 432.910 pessoas foram alcançadas. A taxa de engajamento ficou em 2.341 curtir, 282 compartilhamentos e 201 comentários.

Retrospectiva

A ação foi composta por 49 publicações e registrou um alcance de 41.577 visualizações, 635 curtir, 57 comentários e 60 compartilhamentos. Foi registrado um aumento de 8,44% no número de pessoas alcançadas e 73,67% no engajamento dos usuários. Programada para o período de recesso da UNITAU, visa manter as mídias sociais constantemente atualizadas e valorizar as conquistas da Universidade durante o ano, o que fortalece a sua imagem institucional e atrai novos alunos.

Álbuns

A equipe da Universidade criou 18 álbuns, com temas variados. Desde o Vestibular de Verão até eventos de pequeno porte foram clicadas pelas câmeras da CECOM.

O álbum com maior alcance foi da Feira de Profissões, com 510 curtir, 65 comentários e 4 compartilhamentos.

Vestibular de Verão

O Vestibular de Verão contou com uma cobertura especial. Após a experiência enriquecedora com os vídeos da Feira de Profissões, investimos na produção de peças mais elaboradas. Ao todo, oito alunos da Universidade foram entrevistados e contaram suas histórias para emplacar a campanha “Você muda o mundo do seu jeito”.

A ação no Youtube rendeu 4.317 views. O vídeo de maior alcance foi o do estudante José Ivan, do curso de Agronomia, com 1.130 cliques.

A chamada do Vestibular de Verão foi produzida pela empresa Outracena. O vídeo reunia o depoimento de três estudantes da Instituição e conseguiu 5.759 visualizações.

Perfis

Com o objetivo de humanizar a imagem da UNITAU nas redes sociais, foram publicados diversos perfis de alunos, de professores e de funcionários durante o ano. As fotos e textos eram uma singela homenagem ao entrevistado e a sua história de vida. O perfil da secretaria Simone Maria Argollo registrou 68 curtir, 16 comentários e 3 compartilhamentos e alcançou 2.426 pessoas. O depoimento do servidor Manoel Sebastião de Jesus, teve 118 curtir, 14 comentários e 3 compartilhamentos e alcance de 4.479 pessoas.

Dia dos Professores

Para a data foi desenvolvida uma ação diferenciada, que visava criar um conteúdo multiplicável. Nas redes sociais, a CECOM investiu em três posts, que incluíam enquetes para incentivar o maior engajamento dos usuários. Foram publicados duas artes e um vídeo, com 98 curtir, 23 comentários e 3 compartilhamentos, o que gerou um alcance de 5.644 pessoas.

Dia do Estudante

No dia do Estudante, a CECOM entrevistou três alunos da Instituição, um de cada área de ensino. Ao todo, foram cinco publicações dedicadas à data. Elas tiveram 256 curtir, 34 comentários, 25 compartilhamentos e 13.299 de alcance.

Bom Dia

As frases motivacionais vieram para deixar as redes sociais da UNITAU mais agradáveis e com uma linguagem jovial. Os posts geram bastante engajamento entre o público, que ao curtir e compartilhar o conteúdo se sente acolhido e mais próximo da Instituição. A ação começou em novembro e teve 10 publicações, com 265 curtir, quatro comentários, 59 compartilhamentos e 14.276 de alcance. O post mais curtido foi a frase “Cada sonho que você deixa para trás, é um pedaço do seu futuro que deixa de existir”, de Steve Jobs, com 56 likes.

Instagram

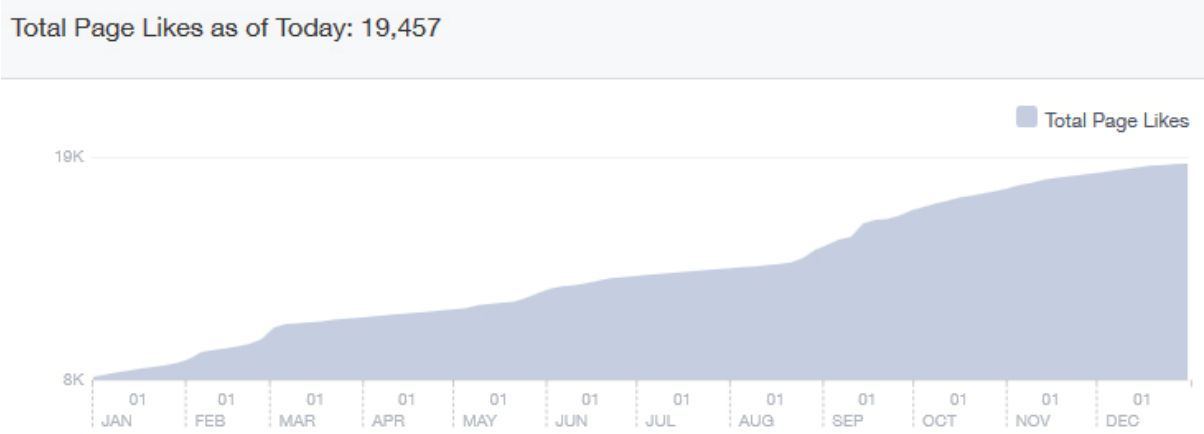
Lançado em novembro, o Instagram reúne imagens dos cantos, das pessoas e dos olhares da Universidade. A rede social tem grande impacto entre os jovens e poderá ajudar na captação de novos alunos.

Durante o ano, foram publicadas oito fotos, que registraram 106 curtir. A página tem 138 seguidores.

Números por rede social

Facebook

- Pagelikes



Dados colhidos em 12/02/2014

Entre 22 e 26 de fevereiro, a fanpage da UNITAU no Facebook bateu o número de 10.000 seguidores. Entre 6 e 10 de setembro, a página já contava com 15.000 seguidores. Hoje, com 19.457, é possível notar na primeira imagem uma curva mais inclinada de crescimento entre os meses de agosto e setembro, com pico de crescimento no dia 14 de setembro, período em que foi iniciado o projeto de produção de conteúdo audiovisual e diferenciado para as redes sociais.

A segunda imagem representa o gráfico do balanço entre likes e dislikes na página. Numa visão geral, nosso resultado é muito positivo.

Dados colhidos em 12/02/2014

O gráfico acima indica a origem dos likes na página. A cor roxa representa os anúncios, histórias e posts patrocinados pela UNITAU dentro do Facebook. Cruzando os gráficos anteriores com o gráfico acima, é fácil notar como uma das principais origens dos picos no número de pagelikes na fanpage da UNITAU são os posts onde há investimento de verba, especialmente após a mudança no sistema de alcance de público do Facebook que dificultou o alcance do público geral aos posts orgânicos.

- Alcance

Dados colhidos em 12/02/2014

O gráfico acima mostra a quantidade de pessoas, seguidores ou não seguidores da página, que foram atingidos pela marca da UNITAU no Facebook por meio da fanpage.

A cor laranja representa os posts patrocinados e o amarelo claro, os orgânicos. Tivemos altos números de alcance ao público em períodos de patrocínio. Os posts orgânicos que mais alcançaram o usuário do Facebook foram posts relacionados a benefícios da universidade ou eventos especiais.

- Exemplo de período patrocinado

Dados de 06/02/2014 a 12/02/2014

Iniciamos nossos investimentos de verba em posts patrocinados na última sexta-feira, 07/02, e nossos números de curtidas, alcance e envolvimento já mostram resultados grandes, o que significa que mais gente está sendo exposta à marca UNITAU e às campanhas da universidade.

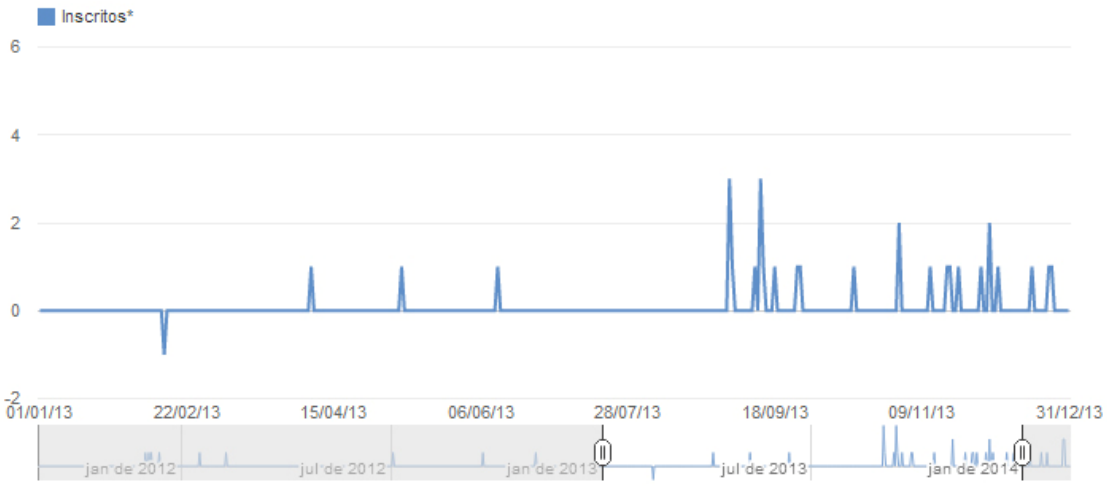
Youtube

- Visualizações

A imagem acima mostra o drástico alcance de visualizações do canal da UNITAU no YouTube a partir da data de início da produção audiovisual do Núcleo de Produção de Conteúdo. O primeiro período, de 18/09, representa os vídeos da Feira de Profissões deste ano e o segundo período, mostra os números da campanha do Vestibular de Verão 2014.

Lembrando que quanto mais visualizações, maior o alcance e maior o número de pessoas impactadas pelo conteúdo da marca.

- Inscritos



O número de inscritos no canal da UNITAU no YouTube também cresceu após a produção interna de conteúdo audiovisual.

- Exemplo de vídeo patrocinado

Vídeo	Visualizações ↓	Minutos assistidos estimados	Pessoas gostam
minidoc - VESTIBULAR DE VERÃO UNITAU ...	5.629	11.520	17
melhoresmomentosfeira	1.184	1.052	2
José Ivan - Vestibular de Verão UNITAU 2014	1.105	1.653	7
Fernando - Vestibular de Verão UNITAU 2014	1.017	1.131	13
FEIRA DE PROFISSÕES DA UNITAU 2013	697	351	4
Mayara - Vestibular de Verão UNITAU 2014	544	624	3
Camila - Vestibular de Verão UNITAU 2014	538	669	8
VESTIBULAR UNITAU 2013	444	153	0
Cayque - Vestibular de Verão UNITAU 2014	341	331	1
Dia do professor	284	471	2

O vídeo em destaque, o mini documentário com histórias de três alunos para o Vestibular de Verão 2014, é um exemplo de vídeo que foi patrocinado. Seu número de visualizações é cerca de 5 vezes maior que o restante. Esse vídeo ainda foi responsável por um crescimento de 18% no número de assinantes do canal da UNITAU no YouTube. O vídeo, ainda, pode ter sido um dos responsáveis pelos altos

números em visualizações dos vídeos abaixo dele, além da excelente escolha de personagens influentes, populares e com boas histórias.

Objetivos para 2014

- Criar conteúdo multiplicável;

- Produzir conteúdo em diversos formatos, como vídeos, fotos, infográficos e artes;

- Otimizar a produção de conteúdo junto ao setor de Assessoria de Imprensa;

- Divulgar mais a pesquisa científica da Universidade;

- Consolidar o Instagram e o Linkedin com ações para atrair mais usuários;

- Criação de um acervo de fotos institucionais;

- Unificação das redes da Universidade e do SAV

- Ampliação do conteúdo no Blog do SAV, que passará a se chamar Vestibular UNITAU;

- Criação de conteúdo personalizado para os 40 anos da UNITAU;

- Assessoria para fanpages específicas de cursos ou setores da universidade.

Núcleo de Relações Públicas

O Núcleo de RP, em 2013, com uma coordenadora e duas estagiárias, Rebeca Santos Amante e Sabrina Ribeiro Guimarães. E é responsável pela promoção do relacionamento entre os públicos da instituição, tanto interno quanto externo.

Ações do núcleo de RP:

1. Planejamento, idealização, organização e execução de eventos institucionais, departamentais e externos;
2. Assessoria, estruturação e revisão de protocolos e cerimoniais;
3. Atuação como cerimonialista ou mestre-de-cerimônia;
4. Edição do Boletim Fique Por Dentro;
5. Relacionamento com público interno e externo via contato do site;
6. Ouvidoria (está ancorada no Núcleo de RP, desde março de 2009, mas segundo a Lei Complementar nº 282, de 02 de maio de 2012, o Ouvidor deve ser "Professor efetivo com 5 anos de exercício no serviço público"). Obs.: O relatório anual é entregue diretamente à Vice-reitoria.

2. OBJETIVOS

O objetivo da atividade de relações públicas é a compreensão mútua, ou seja, o bom relacionamento da instituição com os seus públicos. Então, o objeto de trabalho é a instituição e os grupos que estão ligados à instituição. Portanto busca-se atender de maneira a ter a satisfação destes grupos

3. AÇÕES, MÉTODOS E ESTRATÉGIAS

Trabalhamos em função da Administração Superior e atendemos à demanda colocada por ela, tendo em vista que não temos um planejamento de comunicação, com a criação de processos e procedimentos, vamos executando o trabalho segundo as necessidades.

4. RESULTADOS ALCANÇADOS

4.1. Acompanhamento e assessoramento ao Reitor. Elencamos os eventos mensalmente:

Janeiro

17/01 - Cerimônia de despedida da equipe Unitau para o projeto Rondon

23/01 – Cerimônia de abertura do SEDUNI, no Departamento de Ciências Jurídicas

Fevereiro

20/02 - Evento no Departamento de Ciências Sociais e Letras para recepcionar o Prefeito de Taubaté José Bernardo Ortiz Junior

28/02 - Evento de lançamento do Arranjo Produtivo Local/APL do leite

Março

04/03 - Inauguração da Sala do Empreendedor na Prefeitura de Taubaté

08/03 - Cerimônia de colação de grau do Curso de Engenharia Mecânica

14/03 – Cerimônia de colação de grau do Curso de Fisioterapia, no auditório do Departamento de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária

23/03 - Evento do Programa dos MBAs no Departamento de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária

27/03 - Cerimônia de entrega de certificados do Projeto Rondon, no Salão de Atos da Reitoria

Abril

04/04 - Cerimônia de entrega da Bolsa Mérito, no auditório do Departamento de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária

05/04 - Colação de Grau dos Cursos de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária Ambiental e Sanitária

Maio

02/05 - Evento de apresentação das candidatas à Musa do Centenário do E. C. Taubaté, no auditório do Departamento de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária

02/05 – Cerimônia de abertura dos 49º Juta

06/05 - Cerimônia de apresentação Musical no Departamento de Ciências Jurídicas

07/05 - Feira de Empreendedorismo no Unitau Con(m)vida

15/05- Abertura da 44ª Semana do Serviço Social, no auditório do Departamento de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária

16/05 – Cerimônia de abertura do VII Seminário de Ética em Pesquisa, no auditório do Departamento de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental e Sanitária

20/05 - Cerimônia de formatura da 3ª turma do Curso de Extensão Nutrição para a Vida

Julho

01/07 - Despediu-se de alunos e professores do Projeto do Rondon, no salão de Atos da Reitoria

04/07 - Formatura da IV turma do Curso de Extensão de Nutrição para a Vida

27/07 - Solenidade de Reabertura da Basílica do Senhor Bom Jesus de Tremembé

Agosto

22/08 - Encontro de apresentação do regulamento do prêmio Vale Sustentável na Rede Difusora

28/08 - Entrega os certificados aos alunos e professores participantes do Projeto Rondon, no salão de Atos da Reitoria

Setembro

11/09 - Feira de Profissões da UNITAU, com palestra do Prof. Pachecão

13/09 - Bate-papo com os servidores da Unitau, no Auditório do Departamento de Ciências Jurídicas

16/09 - Cerimônia de abertura do 33º Congresso Odontológico de Taubaté/COUT

27/09 – Comemorações de ex-alunos do Curso de Agronomia, no Departamento de Ciências Agrárias

Outubro

15/10 - Cerimônia de abertura do II CICTED

16/10 - Cerimônia de abertura do Seminário de Gestão e Desenvolvimento Regional

18/10 - Encerramento do II CICTED, com palestra ministrada pelo Prefeito de Taubaté José Bernardo Ortiz Monteiro Junior, e premiação de trabalhos

Novembro

14/11 – Cerimônia de abertura do Seminário de 25 anos do Centro de Estudos Apícola/CEA, no Departamento de Ciências Agrárias

28/11 - Participou do lançamento do livro "História da Educação no Vale do Paraíba", no Solar da Viscondessa

Dezembro

14/12 – Festa de final de ano com os servidores

4.2. Assessoria em eventos internos – cerimonial e protocolo

O Núcleo de Relações Públicas teve, em 2013, 37 (trinta e sete) participações em planejamento e organização dos eventos, orientação ou condução de solenidade como cerimonialista e/ou como mestre-de-cerimônias, recepção, além da elaboração e revisão de protocolo e cerimonial.

4. 3. Atualização de mailing list

Os contatos do mailing list são permanentemente atualizados, requerendo controle rigoroso na manutenção do cadastro eletrônico e mala direta com cerca de 10 categorias de público de interesse:

4.4. Boletim Informativo Fique Por Dentro

O Boletim Fique Por Dentro foi idealizado a partir da gestão do Prof. José Rui Camargo, Reitor que tomou posse em 03/07/2010. Sua primeira publicação data de 06/08/2010 e já está em sua 159ª edição, em 2013 foram 49 veiculações. O Boletim é um veículo de comunicação da Administração Superior, que apresenta as ações realizadas pelo Reitor.

A partir da 82ª edição, lançada no dia 12/06/2012, o Boletim passou a ser vinculado diretamente ao Núcleo de Relações Públicas, tendo como editora responsável a assessora Edwiges de Moraes, coordenadora do núcleo, e textos produzidos em conjunto com as estagiárias de Relações Públicas.

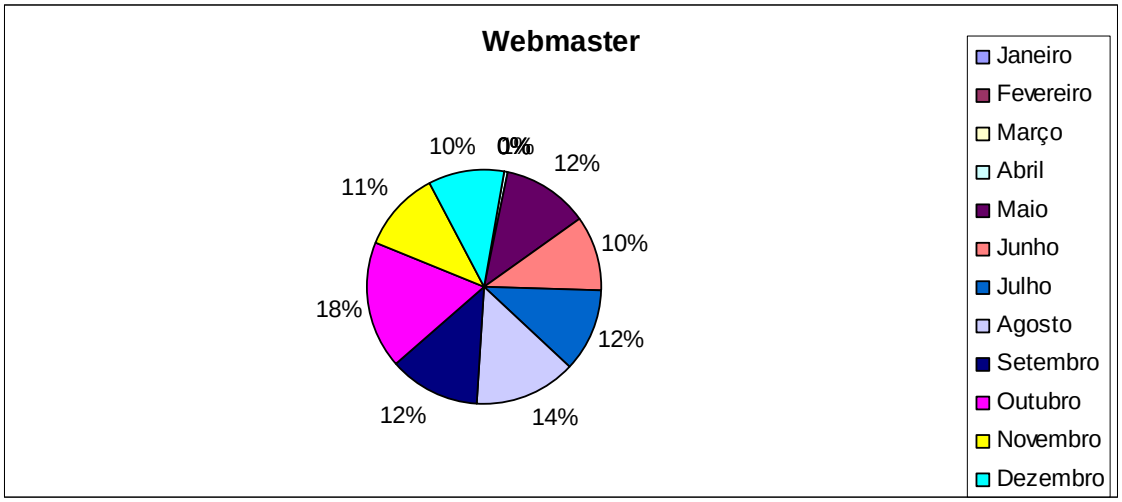
O informativo é enviado às quartas-feiras, virtualmente, a todos os servidores e professores que possuem e-mail com extensão unitau.br. Este Boletim é uma ação que faz parte do planejamento de comunicação interna realizado pela Assessoria de Comunicação.

4.5. Resposta dos emails via contato do site

O Núcleo de Relações Públicas é responsável, também, pelo atendimento ao público externo e interno por meio do e-mail Webmaster, em que são respondidas dúvidas dos mais diversos assuntos, como mostra o gráfico. Estes e-mails são respondidos sob a supervisão da Coordenadora do Núcleo ou encaminhados para o setor responsável para os esclarecimentos.

No ano de 2013, foram recebidos cerca de 330 e-mails, contabilizados até o dia 20/12/2013, apresentando picos elevados no início do ano, os meses de janeiro, fevereiro, março e outubro totalizaram 45% dos atendimentos.

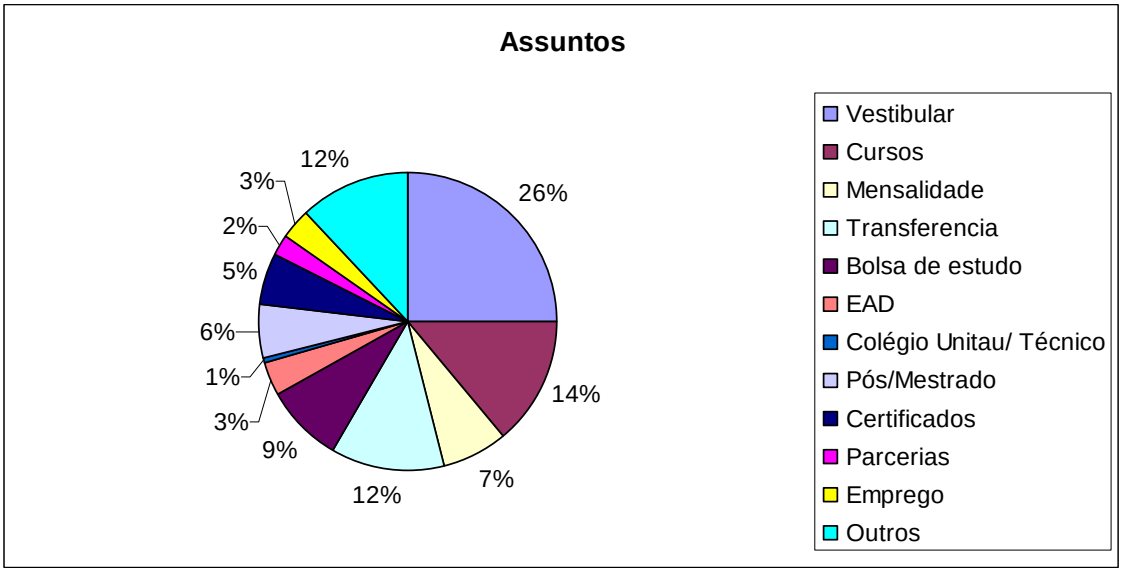
Os dados podem ser vistos no gráfico abaixo:



Para verificar os assuntos de maior interesse do público externo e as dúvidas mais freqüentes, realizamos uma análise dos e-mails recebidos. Os assuntos estão listados em 12 categorias classificadas como: Vestibular, Cursos, Mensalidade, Transferência, Bolsas de Estudo, EAD, Colégio Unitau, Convênios, Residência Médica, Parcerias, Emprego e Outros.

Nesse ano, verificamos a grande procura pelos processos de transferência e pelos cursos oferecidos pela Universidade, representando 19% das mensagens recebidas. Porém, diferente do ano anterior, o Vestibular apresentou uma queda (16%). A categoria Outros, quesito que enquadra questões sobre os serviços oferecidos pela Unitau e dúvidas pontuais, apresentou significativa procura (19%).

Os dados podem ser visualizados no gráfico a seguir:



4.6. ENIC

No período de 16 a 22 de outubro, o Núcleo de RP participou da organização da Cerimônia de Abertura do 17º Encontro de Iniciação Científica, 13ª Mostra de Pós-Graduação, 7º Seminário de Extensão, 4º Seminário de Docência Universitária e 2º Seminário de Administração. Para a abertura oficial do evento, preparamos o cerimonial, organizamos a recepção dos convidados e assessoramos o desenvolvimento da cerimônia.