

PLANO DE COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE INTERNA E EXTERNA

1. APRESENTAÇÃO

Toda Instituição tem a função de contribuir, de forma positiva, para o desenvolvimento da sociedade. Para que isto aconteça, as empresas elaboram metas, objetivos e estratégias relacionadas ao seu crescimento tanto no presente como no futuro. Tais planos podem ser realizados de maneira formal, ou de maneira informal.

Independente da maneira como os planos serão elaborados, um fator determinante do sucesso na implementação de novos projetos é a comunicação. Um bom sistema de comunicação é o que faz com que todos dentro da Instituição trabalhem na mesma direção, focalizando os esforços para alcançar os mesmos objetivos.

E é este sistema que faz com que todos entendam qual é a função da Instituição na sociedade. Não adianta empenhar tempo e dinheiro na elaboração de projetos se a Instituição não é capaz de transmitir suas ideias de maneira clara e precisa a seus colaboradores, discentes, docentes e comunidade externa. Sistemas de comunicação falhos é a realidade de muitas Instituições.

A comunicação é importante em qualquer atividade que envolva mais de uma pessoa. É através dela que Instituição, sociedade, docentes, discentes e todos os outros grupos se entendem se relacionam e se desenvolvem. A boa comunicação faz a união e a união faz força. E é assim que se pretende alcançar o sucesso na Faculdade CNEC Campo Largo.

2. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE

As ações de comunicação com a sociedade da CNEC visam apresentar as Estratégias, recursos e qualidade da comunicação interna e externa e verificar a imagem pública da Instituição nos meios de comunicação social.

O setor de Marketing da IES representa uma área meio para concepção e implementação de estratégias de comunicação e marketing da Instituição.

O setor é vinculado diretamente à Direção, tendo em vista a importância de se coordenar e otimizar as atividades de comunicação interna e externa, bem como as de marketing institucional aos objetivos estratégicos da Instituição.

Na CNEC, existiu um setor responsável pelo Marketing que auxilia a Instituição, de maneira virtual, em seu posicionamento estratégico, ao trabalhar alinhado ao perfil da instituição, sua inserção regional e perfil de seus alunos. Acredita-se que o trabalho desenvolvido pela área de marketing dissemina as informações acerca da Instituição fortalecendo suas atividades e diferenciando-as das demais Instituições de ensino superior privado.

É responsável por elaborar e implantar “planos de marketing” com objetivos de curto, médio e longo prazo, com ações estratégicas consistentes, dimensionando a área de atuação da Instituição. Além disso, auxilia na formulação e adoção de estratégias de segmentação e posicionamento no mercado para identificar e agrupar o público-alvo através de pesquisa de mercado, análise de dados obtidos.

A CNEC considera que é importante a comunicação com todos os segmentos da sociedade com que se relaciona direta ou indiretamente, haja visto que através desta comunicação é fortalecida a imagem da instituição com a sociedade.

Assim, desenvolve um processo comunicativo com a sociedade através de métodos diretos e indiretos, visando munir o público interno e externo com informações sobre os parâmetros legais e as regulamentações que regem a vida institucional, bem como as atividades e iniciativas realizadas pela Instituição.

Para estabelecer uma adequada e eficiente comunicação com o público interno, estabelece como meta principal definir e gerenciar ações de comunicação interna envolvendo em especial o endomarketing fortalecendo as relações dentro da Instituição; aumentar o contato e a comunicação entre a administração, funcionários e alunos, desenvolvendo canais que levem informações com rapidez.

A instituição atua em diversos segmentos da comunidade tornando-se referência enquanto Instituição de ensino superior na região, fortalecendo sua imagem institucional de IES inovadora e colaborativa com os processos regionais.

Observa-se ainda que a imagem pública da Instituição venha sendo fortalecida. Os fatos que nos levam a esta observação partem das publicações oficiais, assim como dos próprios alunos, professores e colaboradores.

Existe ainda uma política de autoavaliação implementada, a qual é feita através de instrumento específico (CPA), sendo que os resultados serão colhidos e divulgados via internet.

3. COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA

Internamente, a Instituição dispõe, no mínimo, dos seguintes meios de comunicação: página na internet, sistema de intranet, boletim eletrônico com periodicidade semanal, outros.

A Instituição disponibiliza um ambiente web totalmente interativo através do qual aluno pode acessar o sistema aluno on-line estão as informações que o estudante precisa na sua rotina acadêmica, documentos que podem ser impressos como histórico escolar, também são possíveis de encontrar neste campo.

Através do ambiente do docente (on-line), os professores poderão se comunicar com seus alunos por e-mail, além de poder deixar mensagens dirigidas aos alunos da disciplina. Material didático pode ser disponibilizado através deste sistema.

Além disso, as informações sobre os cursos estarão disponíveis na internet como objetivos, recursos, duração dos cursos, orientação sobre a formação. Tem ainda informações sobre processo e editais de admissão, corpo docente, incentivos e bolsas para estudantes, valor da mensalidade, serviços, procedimentos burocráticos, além de informações sobre todos os setores da Instituição.

As Coordenações de Curso desenvolvem meios próprios de comunicação com os alunos, sendo esta comunicação realizada através de e-mails cadastrados pelo sistema, visitas as salas de aula, ambientes virtuais de aprendizado, jornais entre outros.

Os colaboradores possuem acesso à internet e intranet, comunicando-se também por meio formal previstos em seus processos internos.

Na Instituição só depende de o usuário buscar e da IES incentivar a comunicação dentro da Instituição.

Para a comunicação externa, a Instituição utiliza os veículos de mídia: rádio, TV, outdoor, jornal, página na internet, e também, serviços de telemarketing, objetivando estabelecer a imagem da Instituição junto à sociedade.

A Instituição trabalha também com ações de marketing de relacionamento, tais como: telemarketing ativo e passivo, mala-direta, e-mail marketing, eventos, promoções, feiras profissões, parcerias, convênios, impressos, etc.

A Instituição desenvolverá procedimentos próprios de recepção de sugestões e procedimentos de resposta, ao incluir em sua página de internet um sistema de atendimento a comunidade externa - Fale Conosco, Ouvidoria e outros, pelos quais todos os setores podem ser contatados.

Desta forma, a Instituição procura estabelecer sistema formal de comunicação com o público externo apresentado de forma que a Instituição tenha controle total do que foi recebido e respondido.

O setor responsável pelo Marketing elabora, implanta e gerencia planos de comunicação a partir de um planejamento de mídia voltado a desenvolver e fortalecer a imagem da marca junto ao público interno e externo.

O plano de ação compreende as funções de: Pesquisa de Mercado - tomadas de decisão, aquisição de mailings, Planejamento de Comunicação e Marketing - campanhas publicitárias internas e externas, parcerias promocionais (patrocínios, escolas), Planejamento de Mídia – eventos, atividades, datas promocionais, materiais impressos, feiras, etc.

O “Fale Conosco” (disponível no site) é uma ferramenta poderosa e disponível, tanto para comunidade externa e interna. As mensagens direcionadas são enviadas a diversos setores, de forma identificada ou não. Relatórios setoriais periódicos norteiam as ações corretivas.

O canal está disponibilizado no site da Instituição e é através dele que o discente pode se comunicar por mensagens anônimas ou não, acerca dos serviços da Instituição. No “Fale conosco”, as mensagens são encaminhadas aos setores responsáveis e controlando o tempo de resposta aos alunos e comunidade. Toda a comunicação será feita através da interface do sistema e, através do uso de um sistema de banco de dados, onde fica registrada toda a troca de informação, não permitindo que uma dúvida fique sem resposta ou qualquer reclamação e sugestão sem ser ouvida, simplificando imensamente o processo de comunicação e a circulação de informações de maneira rápida e segura.

Vê-se desta forma que a comunicação da CNEC é efetiva por ser sistemática e por atingir a comunidade. A qualidade do material divulgado também será de significativa qualidade. As informações são sempre atualizadas na internet e intranet.

4. OUVIDORIA

A Ouvidoria foi criada para garantir um canal permanente de comunicação, proporcionando maior aproximação entre a direção e comunidade externa e interna, com o objetivo de facilitar o recebimento das manifestações de todos os setores, por meio de um processo ágil, eficaz e seguro e de fácil acesso.

Ela é gerida por um profissional que atua de forma transparente e objetiva, assegurando o sigilo absoluto como forma de preservar a identidade do manifestante.

Seu papel é o de receber e encaminhar críticas, elogios, informações, reclamações, solicitações, sugestões e questionamentos aos diversos setores da instituição, acompanhando o processo até a solução final. Sugere à diretoria medidas que contribuam para a melhoria dos serviços. Informa o autor da solicitação, em tempo hábil, fornecendo-lhes os devidos esclarecimentos, alternativas e soluções.

As formas de contato com a Ouvidoria serão realizadas, exclusivamente, pelos canais disponíveis no site www.cnec.br, na INTRANET ou por e-mail e são eles: I. Fale com o Diretor/secretaria; II. Ouvidoria (<https://cnec.br/fale-conosco/ouvidoria>); e III e-mail (ouvidoria@cnec.br).