

**PLANO DE AÇÃO – GESTÃO CONEXÕES**  
**COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM**  
**COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**  
**VIGÊNCIA: 2021-2023**

A gestão “conexões” 2021-2023 da coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional (TCI) da UPPR compromete-se em dar continuidade ao trabalho que vem sendo realizado pelas coordenações anteriores, prezando pela qualidade na formação dos alunos, visando ao reconhecimento do curso no mundo do trabalho, produção de conhecimento científico no campo das ciências da comunicação e tendências do mercado, correspondendo ao posicionamento do curso de transformar os estudantes em profissionais camaleões.

Nesse escopo, a atuação da coordenação trabalhará em três grandes frentes, que contemplam funções administrativas, de ensino e visão mercadológica, sempre respeitando o projeto pedagógico do curso, com a colaboração ativa do colegiado. Nosso maior objetivo é promover, cada vez mais, uma qualificação compatível com a realidade comunicacional, fomentando pesquisas e atividades práticas na promoção de um profissional capaz de trabalhar a comunicação integrada, principalmente visando às diferentes tecnologias da comunicação e suas aplicabilidades, seja no campo da prática ou na produção de ciência, formando pesquisadores.

O plano de trabalho desta gestão consiste na manutenção de ações indispensáveis para a funcionalidade do curso e novas propostas, com o intuito de ampliar, cada vez mais, as conquistas do curso de Comunicação Institucional (CI), conforme a seguir.

1) Ações Administrativas

Nº.	Ação	Objetivo
1	Presidir reuniões do Colegiado do curso	Organizar as pautas das reuniões, presidir as reuniões e coordenar a documentação de registro junto à secretaria.
2	Presidir reuniões do NDE (Núcleo Docente Estruturante) do curso	Organizar as pautas das reuniões, receber demandas pedagógicas e encaminhá-las, acompanhando o registro das reuniões junto à secretaria.
3	Participar das reuniões do Conselho Setorial do SEPT	Participar das reuniões do Conselho Setorial do Setor de Educação Profissional e Tecnológica da UFPR como membro titular, representando o curso de TCI.
4	Melhorar a infraestrutura laboratorial do curso	Concorrer a editais de FDA para a aquisição de novos equipamentos para melhoria da infraestrutura de laboratórios do curso, visando aquisições de equipamentos necessários para a prática das disciplinas, acompanhando a tecnologia vigente.

5	Melhorar o acervo bibliográfico do curso	Concorrer a editais de FDA para a aquisição de novos livros seguindo a demanda das disciplinas, visando ao lançamento de obras nos respectivos campos de estudo e ampliação da quantidade de exemplares por título.
6	Inclusão dos profissionais de TCI em conselho de classe	Hoje os profissionais formados em comunicação institucional não possuem um conselho profissional específico. Então, a coordenação deve fazer gestão para que a situação seja alterada, angariando possibilidades de filiação.
7	Espaço físico do curso	Acompanhar a retomada do espaço atualmente ocupado pelo IFPR no Sept, onde serão alocados em melhores condições estruturais e físicas o Lavi e a Agência Zipp.
8	Divisão de turmas	Em algumas disciplinas laboratoriais há divisão de turmas, necessidade que precisa ser estendida para outras disciplinas com carga horária prática elevada e quantidade de alunos incompatível com atendimento mais personalizado. Essa ação demanda a contratação de docente com perfil já definido pelo colegiado, viabilizando a divisão das disciplinas, o que continuará sendo pleiteado ao SAAD, direção do Sept e conselho setorial.
9	Parcerias	Buscar parcerias com empresas públicas e privadas e outras instituições de ensino, nas mais diversas frentes, podendo incorporar doações, liberação de uso e espaços para estudo, pesquisas, eventos, entre outros.
10	Pesquisas	Além da promoção de pesquisa da universidade (avaliação da CPA), o curso viabilizará pesquisas próprias como a de benchmarking para o curso, a de estágio, promovida pela COE, perfil de egressos e perfil de calouros, além de outras que se mostrarem necessárias no decorrer do percurso. Essas pesquisas funcionam como termômetro para a gestão do curso na tomada de decisões estratégicas.
11	Atuação COE	A COE continuará ativa com a orientação e acompanhamento de estágios, mantendo estrutura própria de controle e documentação, dando suporte aos alunos do curso. Orientará empresas na criação de perfis profissionais e divulgação de vagas nas mídias sociais do curso.
12	Multidisciplinariedade	Buscar parcerias com outros cursos da instituição ou de outras instituições de ensino visando ao aprendizado multidisciplinar dos alunos do curso.
13	Pós-graduação	Planejar possibilidades de cursos de pós-graduação no campo da comunicação. Embora essa ação seja a longo prazo, é importante planejar a oferta com pesquisa de mercado e de público-alvo.

## 2) Ações Pedagógicas e Mercadológicas

Nº.	Ação	Objetivo
1	Organizar as reuniões da COA e difundir sua atuação.	Potencializar a atuação da COA na orientação dos alunos, visando instituir a Comissão de Orientação Acadêmica para orientar planos de estudo dos alunos desperiodizados, atender e encaminhar em questões que envolvam auxílio pedagógico e/ou psicológico
2	Retomar a condução do grupo de pesquisa	Retomar o calendário do grupo de pesquisa PRACCOM, incentivando a produção científica aplicada no curso. Ampliar a participação de alunos, professores e convidados externos, realizando uma ponte de conhecimentos no campo da comunicação. Com isso, pretende-se amplificar as produções acadêmicas do curso.
3	Fortalecer a Pesquisa	Incentivar o corpo docente na produção de projetos de pesquisa, incluindo os alunos do curso, fomentando a Iniciação científica e, conseqüentemente, a participação em editais visando a bolsa de pesquisa e publicações na área.
4	Fortalecer a Extensão	Incentivar o corpo docente e participar de projetos, programas, cursos e eventos de extensão, incluindo os alunos do TCI. Estes

		projetos podem gerar bolsas aos alunos e fomentar publicações das ações extensionistas, que são muito bem vistas em congressos e periódicos da área.
5	Incrementar Monitorias	Incentivar o corpo docente a concorrer nos editais do PIM (Programa Institucional de Monitoria)  Nesse momento de ensino remoto muitas possibilidades de monitorias digitais estão sendo ofertadas pela universidade oportunizando a angariação de bolsas aos alunos do curso.
6	Implementar creditação/curricularização da extensão	Atender a PNE 2014-2024 – Lei n. 13.005/2014 e a Resolução n. 7, de 18 de dezembro de 2018 MEC/CNE/CES, implementando a creditação da extensão, por meio do vínculo prático das disciplinas do curso com o Projeto da Agência Ziiip.
7	Incrementar utilização das tecnologias da informação e comunicação nas disciplinas	Incentivar e divulgar meios de qualificação para que os docentes possam utilizar as TICs com mais frequência em suas disciplinas, principalmente os cursos promovidos pela Cipead.
8	Oficina de capacitação	Promover oficinas aos alunos sobre temas e ferramentas de comunicação, visando à aplicação mercadológica desse conhecimento.
9	Criação do núcleo de orientação de emprego (NOE)	Promover oficinas de capacitação direcionadas ao mercado de trabalho, visando às dificuldades e barreiras encontradas pelos alunos durante entrevistas, construção de currículo e apresentação pessoal, quando há necessidade de um primeiro contato com o ambiente corporativo.
10	Eventos institucionais	Promover eventos de atualização, no estilo de palestras e painéis, abertos à comunidade, com o intuito de promover conhecimento aos alunos do curso, à universidade e à comunidade externa. Essa estratégia amplia a divulgação do curso dentro e fora da universidade, sustentando as estratégias de branding do TCI.
11	Pesquisa aplicada	Fomentar o desenvolvimento de pesquisas aplicadas, partindo de proposta do projeto integrado de conclusão de curso, grupos de pesquisa, laboratórios ou disciplinas práticas.
12	Laboratório de Inovação em Comunicação	Implementar um laboratório de Inovação em Neurociência do Consumo destinado à pesquisa de mercado e acadêmicas, promovendo um ambiente integrativo entre diversas áreas do conhecimento, colocando o curso de CI como um dos precursores desse campo de estudo.
13	Tornar o curso mais conhecido pelo público em geral	Implementar ações de divulgação do curso junto aos seus públicos de interesse, pensando em reconhecimento de marca. Essa ação contempla a perspectiva de conquistar novos alunos, competir no mercado de trabalho com outras oportunidades de comunicação, ser reconhecido como um curso completo e com potencialidade para seguir carreira acadêmica.

Registramos nossa intenção de contribuir para o crescimento do curso e ocupar nosso espaço no mercado da comunicação, mostrando que a universidade qualifica adequadamente os estudantes para o mundo do trabalho, pela preocupação com o exercício profissional e para a responsabilidade social, devolvendo à sociedade a confiança depositada no ensino superior público. Entendemos que o sucesso desse trabalho é a construção coletiva dessas etapas e que a coordenação do curso representa a linha de frente, buscando movimentar um grande grupo orgânico, a partir da gestão “conexões”.



Ministério da Educação  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
Coordenação do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional

Curitiba, 11 de março de 2021.

Leticia Salem Herrmann Lima  
Matricula UFPR: 205323

---

Leticia Salem Herrmann Lima  
Coordenadora

---

Juliane Martins  
Vice-coordenadora