

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

O Colegiado do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional reuniu-se no dia 13 de agosto de 2018 e elegeu uma comissão para encaminhar as pesquisas para elaboração de um novo Planejamento Estratégico para o curso, já que último, realizado em 2011, teve várias metas atingidas, mas ainda havia muitas por alcançar. Foram eleitas para essa comissão: Ana Carolina de Araújo Silva, Lilian dos Santos Silva Ribeiro, Letícia Salem Herrmann Lima e Flávia Lucia Bazan Bernaldo (representantes docentes); Pricila Aparecida Grittem da Silva Lindolm (representante técnica administrativa) e Maryelli de Fátima Gonçalves Müzel (representante discente).

Os trabalhos da comissão perduraram todo o primeiro semestre de 2019, com reuniões mensais. Foi adotada a seguinte metodologia:

- 1) Levantamento de séries históricas - por ano:
 - I. Número de alunos ingressantes
 - II. Número de formados
 - III. Relação candidato/vaga
 - IV. Número de evasão
 - V. Retenção por disciplina
 - VI. Número de alunos efetivamente matriculados
 - VII. Número de livros novos por ano - exemplares e títulos
 - VIII. Estatística de empréstimos
 - IX. Estatística de consultas de livros na biblioteca
 - X. Número de professores/área do conhecimento - comunicação/gestão/língua materna/línguas estrangeiras
 - XI. Quantidade de investimento em equipamentos - FDA e Labgrad.
- 2) Levantamento de pesquisas:
 - I. *Benchmarking* da concorrência
 - II. Histórico da infraestrutura
 - III. CPA (Comissão Própria de Avaliação)
 - IV. Pesquisas de disciplinas
 - V. Pesquisa dos egressos
 - VI. Pesquisas da COE (Comissão de Orientação de Estágio)
- 3) Compilação de dados em uma análise histórica
- 4) Análise ambiental interna
- 5) Análise ambiental externa
- 6) SWOT
- 7) Diagnóstico: definição dos objetivos estratégicos
- 8) Definição das estratégias

9) Definição das ações: curto, médio e longo prazo

10) Definição das ações de controle

Os estudos realizados resultaram neste documento, que estabelece as ações e metas que o curso deve ter em curto, médio e longo prazo, bem como as ações de controle e avaliação para mensurar os resultados. As tabelas a seguir especificam as informações para cada uma das etapas:

1) Curto prazo

| Nº. | Ação | Descrição | Meta | Como mensurar resultado |
|-----|--|---|--|--|
| 1 | Melhorar infraestrutura laboratorial do curso | Atendendo a solicitações dos alunos que aparecem com constância nas pesquisas da CPA, concorrer a editais de FDA para a aquisição de novos equipamentos e softwares, e melhoria da infraestrutura de laboratórios específicos, especialmente do LAVI (Laboratório do Áudio, Vídeo e Imagem). | Adquirir mais câmeras de foto/vídeo, lentes, flash para câmeras, microfones, computadores e softwares específicos utilizados nas disciplinas (como o Pacote Adobe). Ampliar o espaço físico do LAVI, pois o laboratório hoje só comporta grupos de até 6 alunos, impossibilitando aulas com turmas inteiras. | Projetos de FDA, processos de solicitação de compra de equipamentos e notas fiscais e equipamentos adquiridos. |
| 2 | Tornar o curso mais conhecido pelo público em geral | Implementar ações de divulgação do curso junto aos seus públicos de interesse. Isso geraria um maior interesse por pessoas que queiram fazer o curso (aumentando a concorrência pelas vagas) e a contratação no mercado de trabalho (incentivando os alunos a concluírem o curso, diminuindo taxa de evasão). | Promover o reposicionamento de identidade do curso; participar de eventos de divulgação (como a Feira de Cursos e Profissões da UFPR) | Nova identidade do curso, novo planejamento estratégico, novo site do curso. |
| 3 | 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, inclusive para implementar a inovação de novas narrativas comunicacionais. | Firmar parceria permanente com NTE do SEPT e adquirir softwares e equipamentos para essas ações, como câmeras 360°, óculos de realidade virtual e outras ferramentas para essa finalidade. | Produtos e metodologias inovadoras das disciplinas e projetos. |
| 4 | Implantar um espaço adequado para atendimento dos alunos | A coordenação e os professores de TCI reservam horários específicos para atendimento aos alunos do curso. Para tanto, faz-se necessário termos espaços específicos para que esse atendimento ocorra de maneira confortável e com privacidade, tornando viável o processo ensino-aprendizagem. | Fazer gestões junto à direção do Setor para que sejam providenciadas sala individual para a coordenação do curso e gabinetes para os docentes. | Sala individual de coordenação do curso e gabinetes para professores em pleno funcionamento. |

2) Médio prazo

| Nº. | Ação | Descrição | Meta | Como mensurar resultado |
|-----|---|---|--|--|
| 1 | Atualizar PPC | Promover a discussão do PPC do curso, de modo a promover atualizações da matriz curricular, das metodologias de ensino-aprendizagem, bem como das ementas e das bibliografias. | Reuniões com o NDE, com o Colegiado e com o corpo docente | Atas do NDE e do Colegiado. |
| 2 | Fortalecer a Pesquisa | Incentivar o corpo docente a iniciar e/ou dar continuidade a projetos de pesquisa, com a inclusão de alunos de iniciação científica, bem como a publicação dos resultados das pesquisas em congressos e periódicos da área de Comunicação e de áreas afins. | Pelo menos dois novos projetos de pesquisa no curso, com participação de alunos de IC. Pesquisadores incluídos em grupos de pesquisa. | Projetos de pesquisa; Espelhos de grupos de pesquisa; Artigos publicados; Relatórios de IC. |
| 3 | Fortalecer a Extensão | Incentivar o corpo docente a iniciar e/ou dar continuidade a projetos, programas, cursos e eventos de extensão, com a participação de alunos voluntários e/ou bolsistas, bem como a publicação dos resultados das ações extensionistas em congressos e periódicos da área de Comunicação ou de áreas afins. | Transformar o Projeto ZiP – Agência Experimental de Comunicação Institucional em Programa de Extensão, que poderá incluir outros projetos de extensão. | Projetos de Extensão, Relatórios de Programas, Projetos, Eventos e Cursos de Extensão, relatórios de bolsistas, publicações. |
| 4 | Incrementar Monitorias | Incentivar o corpo docente a concorrer nos editais do PIM (Programa Institucional de Monitoria) | Diminuir o índice de evasão e retenção nas disciplinas, especialmente nas práticas, por meio de acompanhamento e oficinas a serem ofertadas pelos monitores. | Projetos e relatórios de Monitoria. |
| 5 | Implementar creditação/curricularização da extensão | Atender a PNE 2014-2024 – Lei Nº 13005/2014 e a Resolução Nº 7, de 18 de dezembro de 2018 MEC/CNE/CES, implementando 10% de créditos de extensão na matriz curricular | Promover, junto ao NDE e ao Colegiado do curso, ajuste curricular de forma que atenda a legislação pertinente | PPC com ajuste curricular. |
| 6 | Fortalecer avaliação CPA | Criar estratégia de divulgação que incentive mais os alunos a participarem da pesquisa. Discutir, planejar e implementar mudanças com base nos resultados das pesquisas. | Participação de, pelo menos, 30% dos alunos do curso na pesquisa. Discussão dos resultados com alunos, no NDE e no Colegiado do curso. | Relatórios de análise de resultados das pesquisas da CPA. Atas do NDE, Colegiado e plenárias com alunos. |
| 7 | Melhorar acervo bibliográfico do curso | Atendendo a solicitações dos alunos que aparecem nas pesquisas da CPA, concorrer a editais de FDA para a aquisição de novos livros (tanto novos títulos, quanto mais exemplares dos títulos que já possuímos na biblioteca). | Fazer a compra de livros que, pelo menos, satisfaça as necessidades das bibliografias básicas e complementares das disciplinas do curso. | Projetos de FDA, relatórios da biblioteca. |

3) Longo prazo

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| 1 | Estabelecer parcerias | Implementar parcerias com instituições diversas para ampliar campo de estágio e mais possibilidades de ferramentas para ensino. | Fazer gestão junto a empresas, instituições públicas e do terceiro setor externas, bem como com outros cursos e setores da UFPR, para o estabelecimento de parcerias. | Documentos de parceria. |
| 2 | Dividir as turmas das disciplinas laboratoriais | Com exceção das disciplinas Laboratório de Programação Visual, Laboratório de Publicações Periódicas e Laboratório de Projetos Multidisciplinares, as turmas atuais das disciplinas práticas do curso (laboratoriais e de oficinas) têm, em média, 45 alunos, e tornam as atividades práticas pouco produtivas. Diante dessa realidade, vislumbra-se a divisão das turmas, principalmente nas disciplinas que demandam uso de laboratórios e tenham carga horária prática elevada. Com turmas menores, o docente tem condições de dar atendimento individualizado e o discente de produzir mais e melhor. | Contratação de docentes para atender a demanda da divisão de turmas com alta carga laboratorial. | Concurso para docentes. |
| 3 | Implantar programa de pós-graduação Lato Sensu em Comunicação Institucional | Implantação de um curso de pós-graduação, em nível de especialização, para atender demanda de formandos do curso e profissionais do mercado que procuram se especializar na área de Comunicação Institucional. | Implantar o curso. | Relatórios de entrada e saída das turmas de pós. |

As ações desse planejamento estratégico foram discutidas pelo Colegiado do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional e por plenária de alunos do curso, junto a outros documentos e relatórios produzidos pela coordenação e pela Comissão do Planejamento Estratégico de TCI. Aprovação final realizada em 1º. de julho de 2019.