

Consulta Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI(2015-2019) - SCS

Com o objetivo de mensurar os resultados alcançados pela UFPI conforme metas definidas no PDI vigente. Solicitamos o preenchimento do questionário abaixo:

COMUNICAÇÃO



OBJETIVOS, METAS E ESTRATÉGIAS ((1 - Pior Situação e 5 - Melhor Situação))

Unidade Organizacional *

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SCS ▼

Gestor *

Jacqueline Lima Dourado

E-mail *

scs@ufpi.edu.br

OBJETIVO 1: AMPLIAR A ESTRUTURA FÍSICA DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA: AUMENTO DO NÚMERO DE ESTÚDIOS PARA GRAVAÇÃO, CABINES PARA GRAVAÇÃO DE EXTERNAS E AMPLIAÇÃO DA SALA DO TRANSMISSOR, CONSTRUÇÃO DE UM AUDITÓRIO COM 100 LUGARES, REFORMA PARA AUMENTO DA SALA DE JORNALISMO INTEGRANDO COM A PRODUÇÃO E CONSTRUÇÃO DE UMA (01) DISCOTECA PÚBLICA.

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

METAS: Conseguir 50% de recursos por meio de Editais; 25% emendas parlamentares; 25% orçamento da UFPI.

A ESTRATÉGIA concorrer ao Pró-Equipamentos e outros Editais em qual nível foi praticado? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Não foi tentado. Contudo, internamente foi feita uma reforma, ajustes e redimensionamento dos espaços do setor.

O objetivo AMPLIAR A ESTRUTURA FÍSICA DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA foi atingido? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

A partir da reforma interna com retirada de divisórias e redimensionamento da área.

Seção sem título

OBJETIVO 2: ADQUIRIR NOVOS EQUIPAMENTOS PARA A EMISSORA.

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

METAS: Aumento número de computadores e Aquisição de: transmissor reserva, de equipamentos para retransmissão nos 04 campi fora de sede; de softwares específicos para redação e edição de áudio; de equipamentos que possibilitem transmissão fora do estúdio da rádio; e de móveis adequados/específicos para estúdio de Rádio

A ESTRATÉGIA concorrer ao Pró-Equipamentos e outros Editais em qual nível foi praticado? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O objetivo ADQUIRIR NOVOS EQUIPAMENTOS PARA A EMISSORA foi atingido? *


- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Seção sem título

OBJETIVO 3: AMPLIAR O CORPO TÉCNICO

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: Contratação de 03 jornalistas, 03 produtores, 02 editores, 02 servidores técnicos-administrativos. 

A ESTRATÉGIA apresentar às Instancias superiores a situação da Rádio FM Universitária para assegurar em futuros concursos públicos, vagas destinadas para esta Unidade, em qual nível foi praticado ? *

0



1



2



3



4



5



Justifique *

Optou-se por investir tempo de trabalho em conseguir a manutenção preventiva, corretiva e substituição de equipamentos.

O objetivo AMPLIAR O CORPO TÉCNICO foi atingido? *


- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Temos um locutor, um operador de som e um programador concursados.

OBJETIVO 4: CAPACITAR TÉCNICOS, FUNCIONÁRIOS E ESTAGIÁRIOS. 

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: realizar Cursos e atividades de Extensão no que tange a redação, produção, edição e locução em Rádio 

A ESTRATÉGIA elaborar projetos de extensão direcionados ao cumprimento deste objetivo, em qual nível foi praticado? *

- 1 2 3 4 5
-

Justifique *

Diversos cursos têm sido realizados no setor, desde fonoaudiologia, locução, práticas em rádio, entre outros.

O objetivo CAPACITAR TÉCNICOS, FUNCIONÁRIOS E ESTAGIÁRIOS foi atingido? *


- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Os técnicos, funcionários e estagiários têm treinamento permanente.

OBJETIVO 5: AUMENTAR A PRODUÇÃO EDITORIAL (LIVROS, REVISTAS, ISSN, ISBN). 

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: Aumentar em 80% a produção obras inéditas e em 50% as reedições 

A ESTRATÉGIA agilizar a produção gráfica do livro, por meio de novas licitações de empresas gráficas privadas em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Optou-se por investir em produção gráfica editorial interna, por meio da Gráfica Universitária da UFPI, e sua qualificação.

A ESTRATÉGIA trabalhar em conjunto com a Superintendência de Comunicação Social e a Gráfica Universitária no sentido de ampliar a produção de livros em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

A Superintendência de Comunicação Social tem buscado integrar todas as suas unidades no sentido de qualificar a produção de livros, tanto na parte gráfica, como também na produção de ISBN, ISSN e DOI. Usa, também, as plataformas digitais para ampla divulgação.

A ESTRATÉGIA garantir celeridade à tramitação dos processos dentro da Editora em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Tínhamos um atraso de produção de livros em 6 anos parado na Editora, parados ou por falta de contratos da Editora ou por falta de condições da Gráfica. Não há mais filas. Apenas grande demanda.

A ESTRATÉGIA criar selos para áreas específicas de conhecimento em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Foi criado o selo UFPI 47 anos, mas a qualificação de diferentes selos ainda não, porque faltava termina a fila de obras em atraso e qualificar a Gráfica.

A ESTRATÉGIA lançar editais para publicações, seleções de obras e premiações em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

O primeiro edital será lançado em Junho de 2019.

O objetivo AUMENTAR A PRODUÇÃO EDITORIAL (LIVROS, REVISTAS, ISSN, ISBN) foi atingido? *


- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Tanto revistas científicas quanto livros foram atingidos e todos saem com ISBN e ISSN, além do DOI.

OBJETIVO 6: DIVULGAR EM NÍVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL OBRAS PUBLICADAS PELA EDUFPI. 

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: veicular notícias em 100% dos veículos de comunicação local e 20% dos de circulação nacional/internacional e também no site institucional 

A ESTRATÉGIA construção de um site próprio, hospedado na página da UFPI, onde será possível a venda online das obras publicadas pela EDUFPI em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Há uma página online da EDUFPI no site da UFPI, aonde constam informações gerais de publicação, além de um repositório para E-Books.

A ESTRATÉGIA publicar, todo ano, o catálogo atualizado da Editora, assim como produzir constantemente material de divulgação institucional e de lançamentos em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Foi publicado um Catálogo Físico, mas por uma questão de custos, atualmente temos somente o catálogo online.

A ESTRATÉGIA trabalhar em conjunto com a Rádio Universidade FM, indicando autores para entrevistas e divulgando as publicações em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Tanto para a Rádio Universitária, quanto para radios, jornais e televisões externos, como em todos os anos durante o Salão do Livro do Piauí (SALUPI) procuramos divulgar as edições da EDUFPI.

O objetivo DIVULGAR EM NÍVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL OBRAS PUBLICADAS PELA EDUFPI foi atingido? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Em nível local foi totalmente atingido. Em nível nacional participamos das Bienais do Rio, São Paulo, Fortaleza, Brasília e dos eventos da Associação Brasileira de Livros Universitários (ABEU).

OBJETIVO 7: CRIAR LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO DAS OBRAS PUBLICADAS

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: Participar de 10 feiras da área de comunicação, sobretudo de livros, por ano.

A ESTRATÉGIA criar e participar de feiras e eventos locais (Campi fora de sede), nacionais e internacionais, garantindo uma atenção especial ao Salão do Livro do Piauí, Bienal de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, por intermédio da Associação Brasileira das Editoras Universitárias em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Procuramos manter toda esta estratégia.

A ESTRATÉGIA fazer vendas online via site da EDUFPI e formar parcerias (ABEU, Editoras Universitárias, editoras locais) para a melhor distribuição das obras, inclusive implementando o e-commerce em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Apenas não conseguimos, ainda, implementar o e-commerce.

A ESTRATÉGIA viabilizar o uso de cartão de crédito pela Editora/Livraria Universitárias, com a criação de uma conta bancária para a EDUFPI, por meio de um contrato específico com a Fundação Cultural e de Fomento à Pesquisa – FADEX em qual nível foi praticado? *

1

2

3

4

5

Justifique *

Estratégia totalmente implantada.

O objetivo CRIAR LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO DAS OBRAS PUBLICADAS foi atingido? *

Sim

Não

Parcialmente

Justifique *

Por meio da ABEU, BIENAIIS e Feiras.

OBJETIVO 8: AUMENTAR A CAPACIDADE INSTALADA DE RECEITA DA EDITORA/LIVRARIA

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: Aumentar em 80% as vendas da Livraria Universitária

A ESTRATÉGIA Implantar o e-commerce, fazer vendas a crédito e débito e, assim, aumentar as vendas da Livraria Monsenhor Melo em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Sim, houve aumento das vendas na Livraria Monsenhor Melo, por meio de Crédito e Débito.

O objetivo AUMENTAR A CAPACIDADE INSTALADA DE RECEITA DA EDITORA/LIVRARIA foi atingido? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Por meio de novas opções de vendas.

OBJETIVO 9: AMPLIAR AS RELAÇÕES ENTRE A UFPI, A MÍDIA E A SOCIEDADE 

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: Criar e atualizar rede sociais 

A ESTRATÉGIA Criar a Web TV e/ou canal da cidadania em qual nível foi praticado ? *

- 1 2 3 4 5
-

Justifique *

Usamos o modelo WebTV. porém ainda não temos programação de TV, que é o que caracteriza uma WebTV.

A ESTRATÉGIA implementar a Newsletter em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Implantamos a Newsletter. Porém o tempo de edição não correspondia satisfatoriamente a velocidade das redes sociais. Optamos por encerrar a Newsletter e investir nas redes sociais.

A ESTRATÉGIA atualizar o site da Instituição em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Atualizamos com notícias nos horários comerciais e muitas vezes em outros horários.

A ESTRATÉGIA publicar a revista da instituição em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Por uma questão de economia e estrutura optou-se por não investir em revista e investir em Redes Sociais.

A ESTRATÉGIA publicar catálogos em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Falta estrutura.

A ESTRATÉGIA realizar oficinas de formação em comunicação em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Realizamos oficinas tanto na Coordenadoria de Comunicação Social (COORDCOM) como na Rádio FM Universitária.

A ESTRATÉGIA capacitar o público interno para o uso da plataforma de Sistema Integrado de Gestão (SIG) em qual nível foi praticado ? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

A ESTRATÉGIA capacitar o público interno para o uso da plataforma de Sistema Integrado de Gestão (SIG) em qual nível foi praticado ? *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Justifique *

Todo o público interno é treinado para o Sistema Integrado de Gestão (SIG).

O objetivo AMPLIAR AS RELAÇÕES ENTRE A UFPI, A MÍDIA E A SOCIEDADE foi atingido? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Justifique *

Implantamos vários canais de relação entre a UFPI, a Mídia e a Sociedade. Disponibilizamos tanto os telefones institucionais como também os telefones pessoais dos gestores. Assim, o acesso é direto da mídia. Com relação a sociedade, é possível que ela se manifeste desde a ouvidoria até as mensagens diretas pelas redes sociais, ou e-mails e telefones.

OBJETIVO 10: MELHORAR A INFRAESTRUTURA FÍSICA; AQUISIÇÃO E MODERNIZAÇÃO DE EQUIPAMENTOS.

Os objetivos são compostos por metas, sendo as metas trabalhadas em estratégias para que os resultados desejados sejam alcançados.

META: Aumentar o espaço físico para uma melhor distribuição organizacional do órgão.

A ESTRATÉGIA criar de ilhas de edição e subdivisões de salas para um melhor aproveitamento do espaço físico em qual nível foi praticado ? *

1 2 3 4 5

Justifique *

Ampliamos a área da Coordenadoria de Comunicação Social e foram criadas ilhas de edição para a produção de reportagens. Há também uma sala com área de edição para reportagem em vídeo e documentários.

O objetivo MELHORAR A INFRAESTRUTURA FÍSICA; AQUISIÇÃO E MODERNIZAÇÃO DE EQUIPAMENTOS foi atingido? *

Sim

Não

Parcialmente

Justifique *

Usamos equipamentos modernos.

Este formulário foi criado em Universidade Federal do Piauí.

Google Formulários