



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA –  
UFDPAr**

**PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO (POP)**

**TÍTULO: ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS**

POP Nº	VERSÃO	SUBSTITUI POP Nº	UNIDADE	SUBUNIDADE	PÁGINA
PROTIC 17.022	A	Não aplicável (N.A.)	PROTIC	Coordenadoria de Comunicação Institucional	1 de 3
<b>ELABORADO POR:</b> Marcos Carvalho Pereira <b>Data:</b> 20/08/2024			<b>APROVADO POR:</b> Heidi Gracielle Kanitz <b>Data:</b> 23/08/2024		
<b>TREINAMENTO:</b> 02/12/2024		<b>VIGENTE A PARTIR DE:</b> 03/12/2024		<b>VALIDADE:</b> 03/12/2026	

**A – OBJETIVO**

Estabelecer diretrizes e procedimentos para a concepção, desenvolvimento, execução e avaliação de campanhas institucionais na Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr), assegurando que todas as campanhas estejam alinhadas com os valores, missão e interesses da instituição, promovendo sua imagem e destacando suas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

**B – ALCANCE**

Este POP se aplica à Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI) da UFDPAr e a todos os colaboradores envolvidos no planejamento e execução de campanhas institucionais.

**C – RESPONSABILIDADES**

**C.1. Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI)**

- a) Coordenar a elaboração de campanhas institucionais, desde o planejamento até a avaliação final;
- b) Assegurar que todas as campanhas estejam em conformidade com a linha editorial e os valores institucionais da UFDPAr;
- c) Monitorar e avaliar o desempenho das campanhas, fornecendo *feedback* e implementando melhorias conforme necessário.

<b>PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO (POP)</b>	<b>UFDPAr</b>	<b>Pág.: 2 de 3</b>
<b>TÍTULO: ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS</b>		<b>Nº: PROTIC 17.022/A</b>

## **C.2. Equipe de Comunicação**

- a) Desenvolver conteúdos criativos e materiais publicitários para as campanhas institucionais;
- b) Garantir a correta implementação das estratégias de mídia e comunicação definidas no plano de campanha;
- c) Acompanhar a veiculação das campanhas em todos os canais de comunicação selecionados.

## **D – DEFINIÇÕES E SIGLAS**

### **D.1. DEFINIÇÕES**

- a) *Briefing*: Documento que contém as informações essenciais sobre a campanha, como objetivos, público-alvo, mensagens-chave e cronograma.
- b) Campanha Institucional: Conjunto de ações de comunicação planejadas e executadas para promover a imagem da UFDPAr e divulgar suas atividades;

### **D.2. SIGLAS**

- a) CCI: Coordenadoria de Comunicação Institucional;
- b) POP: Procedimento Operacional Padrão;
- c) UFDPAr: Universidade Federal do Delta do Parnaíba.

## **E – MATERIAIS E EQUIPAMENTOS**

### **E.1. Materiais**

- a) *Briefing* de campanha;
- b) Materiais promocionais (anúncios, vídeos, *banners*, etc.).

### **E.2. Equipamentos**

- a) Computadores com acesso à internet;
- b) *Software* de edição de texto, imagem e vídeo;
- c) Ferramentas de análise de mídia e monitoramento de redes sociais.

## **F – PROCEDIMENTOS**

### **F.1. Planejamento da Campanha**

<b>PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO (POP)</b>	<b>UFDPAr</b>	<b>Pág.: 3 de 3</b>
<b>TÍTULO: ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS</b>		<b>Nº: PROTIC 17.022/A</b>

- 1.1. Definir o objetivo e o público-alvo da campanha institucional;
- 1.2. Realizar uma análise de contexto para identificar oportunidades e desafios;
- 1.3. Elaborar o *briefing* com as diretrizes e informações essenciais para a campanha;
- 1.4. Definir o orçamento e as fontes de financiamento.

## **F.2. Desenvolvimento da Campanha**

- 2.1. Concepção criativa: desenvolver os conceitos e mensagens-chave da campanha;
- 2.2. Produção de materiais: criar e revisar todos os materiais necessários para a campanha;
- 2.3. Planejamento de mídia: selecionar os canais de comunicação e definir o cronograma de veiculação.

## **F.3. Execução da Campanha**

- 3.1. Lançamento da campanha nos canais de comunicação definidos;
- 3.2. Monitoramento em tempo real do desempenho da campanha, ajustando estratégias conforme necessário.

## **F.4. Avaliação e Relatórios**

- 4.1. Coletar e analisar *feedback* sobre a campanha;
- 4.2. Elaborar um relatório final com os resultados obtidos e as lições aprendidas;
- 4.3. Revisar as estratégias para futuras campanhas institucionais com base na avaliação.

## **G – REFERÊNCIAS**

POP PROPLAN 01.001/B – Elaboração e controle dos Procedimentos Operacionais Padrão (POP's). Disponível em [https://ufdpar.edu.br/proplan/paginas/arquivos/pop-proplan-01\\_001\\_b\\_elaboracao-e-controle-de-pops.pdf](https://ufdpar.edu.br/proplan/paginas/arquivos/pop-proplan-01_001_b_elaboracao-e-controle-de-pops.pdf) Acessado em 20/08/2024

## **H – ANEXOS**

Não aplicável (N.A.).

## **I – HISTÓRICO**

ITEM	ALTERAÇÃO
Não aplicável (N.A.).	Não aplicável (N.A.).