



REGIMENTO INTERNO:

SETOR DE MARKETING

SANTA MARIA/RS

CAPÍTULO I

DA DEFINIÇÃO E DOS OBJETIVOS

Art. 1º O Setor de Marketing da UNISM é uma unidade executiva, sem caráter administrativo, deliberativo ou decisório, que tem por finalidade aprimorar os canais de comunicação da Instituição com a comunidade, visando o aperfeiçoamento das relações.

Parágrafo único. Setor de Marketing é vinculada diretamente à Diretoria Geral.

Art. 2º O Setor de Marketing da UNISM tem por finalidades:

- I. Contribuir para o desenvolvimento institucional, divulgando e promovendo sua imagem e fortalecendo sua inserção na sociedade;
- II. Consolidar e ampliar a imagem da UNISM enquanto instituição de ensino, assim como de seus dirigentes, docentes, discentes e técnico-administrativos;
- III. Elaborar, propor, implantar e coordenar a execução de uma política de informação e comunicação para a UNISM;
- IV. Estreitar as relações com o público, não apenas com os profissionais dos cursos de graduação e de pós-graduação existentes, mas também com a comunidade acadêmica e a opinião pública em geral, utilizando a imprensa e a mídia como mediadoras e geradoras de expectativas, e
- V. Aperfeiçoar e aproximar as relações da Faculdade junto a formadores de opinião, com o objetivo de transformá-la em fonte de informação segura e permanente em suas áreas de atuação.

CAPÍTULO II

DA COMPOSIÇÃO

Art. 3º O Setor de Marketing da UNISM será constituída, preferencialmente, por profissionais da área de comunicação social (jornalismo, publicidade e propaganda ou relações públicas ou formação correlata), designados pela Diretoria Geral.

Parágrafo único. A critério da Diretoria Geral as atividades do setor poderão ser exercidas por serviços terceirizados.

CAPÍTULO III

DAS COMPETÊNCIAS

Art. 4º Compete ao Setor de Marketing, na UNISM:

- I. Desenvolver estratégias para fortalecer e divulgar a imagem institucional da Faculdade e de suas unidades;
- II. Zelar pela comunicação visual da Faculdade, através da qualidade do padrão gráfico e do uso apropriado da identidade visual da instituição em todas as peças;
- III. Monitorar o mercado, estudando suas tendências, oportunidades e ameaças, gerando informações para subsidiar e otimizar a gestão institucional;
- IV. Orientar o desenvolvimento e apoiar a captação de recursos para os projetos institucionais de divulgação da UNISM;
- V. Desenvolver planos de Comunicação para a implantação de projetos institucionais;
- VI. Planejar e produzir eventos solicitados pela Diretoria Geral;
- VII. Publicar jornais, boletins, revistas, cartazes, folders, folhetos, manuais, anais, dando suporte no processo de criação, produção, edição e veiculação dos mesmos, seja por via impressa ou eletrônica;
- VIII. Coordenar e manter atualizado o Portal UNISM e seus derivados (*intranet*, as *newsletters* e demais publicações), a fim de manter as comunidades, interna e externa, bem informadas sobre as notícias institucionais;
- IX. Orientar os setores autorizados na inserção de conteúdo para atualização constante das informações, bem como da responsabilidade pela veracidade das mesmas e direito de propriedade intelectual;
- X. Realizar o *clipping* diário, que consiste em um serviço de levantamento e armazenamento das principais notícias publicadas na imprensa, em semanários e publicações especializadas de periodicidade variada, para serem colocados à disposição do público interno através de mural ou de boletim on-line.

- XI. Dar suporte à Diretoria Acadêmica e à Comissão de Seleção e Acompanhamento (CSA) na cobertura do vestibular e demais processo seletivos, incluindo todas as reclassificações, e também aos processos de transferência, reingresso e reopção de curso.
- XII. Planejar, coordenar e executar, em conjunto com as Diretorias, todas as ações estratégicas de comunicação da UNISM e gerenciar todo o trabalho do setor;
- XIII. Assessorar a Diretoria Geral nas questões inerentes à fixação de políticas e diretrizes, nos assuntos relacionados à prospecção e comunicação institucional;
- XIV. Submeter à Diretoria Geral os planos, programas e relatórios executados pelo setor;
- XV. Promover a integração operacional entre os setores e órgãos institucionais;
- XVI. Dar apoio às participações institucionais na imprensa;
- XVII. Coordenar, participar e representar a UNISM em negociações com a imprensa. Participar da negociação e acompanhar a execução de parcerias com as mídias que sejam de interesse da UNISM;
- XVIII. Elaborar estudos com vistas à identificação das oportunidades da instituição se destacar na mídia local, regional, estadual, nacional e internacional;
- XIX. Acompanhar o cenário da divulgação da ciência e da tecnologia, particularmente nas áreas prioritárias de atuação da UNISM;
- XX. Desenvolver e operacionalizar técnicas de vendas para captação de discentes aos diferentes níveis de ensino e serviços oferecidos pela UNISM;
- XXI. Realizar o acolhimento aos discentes, através de um atendimento individualizado e cordial, com intuito de atender as suas necessidades, e
- XXII. Gerir as atividades relacionadas a Eventos e Cerimoniais:
 - a) Manter atualizada a base de dados de autoridades internas e externas;
 - b) Expedir convites, redigir convites ou pautas de cerimônias e apresentar cerimônias;
 - c) Recepcionar o público e autoridades em eventos institucionais;
 - d) Orientar as comissões de formandos sobre as cerimônias de formatura;
 - e) Organizar a cerimônia oficial de Colação de Grau da instituição, e
 - f) Planejar e produzir eventos solicitados pela Diretoria Geral.

Parágrafo Único. Deve atender os setores da Faculdade que solicitam divulgação de suas atividades, mediante autorização do responsável pelo mesmo.

Art. 5º São atribuições dos profissionais do Setor de Marketing.

Art. 6º Este regimento entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Superior da UNISM.