

## PLANO DO PROJETO 0445651

### 1. INFORMAÇÕES INICIAIS

<b>Título do projeto:</b>	Política de Comunicação do IFRO
<b>Demandante:</b>	Assessoria de Comunicação e Eventos - ASCOM
<b>Líder do projeto:</b>	Érica Araújo Jennings Coutinho
<b>Áreas envolvidas</b>	CCOMs, CGAB, PRO-REITORIAS
<b>Período de execução:</b>	2019.1 A 2020.2
<b>Valor previsto:</b>	R\$ 97.663,68 (noventa e sete mil seiscientos e sessenta e três reais e sessenta e oito centavos)

### 2. DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Política de Comunicação abordará estratégias que orientarão o relacionamento do IFRO com os seus públicos estratégicos, o planejamento e a execução de ações de comunicação do IFRO, e a condução de diretrizes, normas e posturas que assegurarão a padronização na coerência e eficácia da comunicação no IFRO, visando o atendimento dos objetivos estratégicos - fortalecimento da identidade institucional e o relacionamento interinstitucional, bem como, o fortalecimento da comunicação interna e externa do IFRO. Por meio disto, será feito a contratação de serviço de assessoramento técnico para a condução do processo de construção e implementação da Política de Comunicação do Instituto Federal de Rondônia – IFRO.

#### Período ideal para elaboração da Política

A Política terá um período de elaboração de até 9 meses, a contar da aprovação do contrato, com início a ser acertado entre as partes, estimando-se para tanto 10 reuniões, incluindo uma delas para o seminário para a apresentação dos objetivos e dinâmica da Política, no início dos trabalhos e outra ao final para o lançamento do documento final da Política e do Plano de Comunicação.

### 3. ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

Elaboração e implantação da Política de Comunicação no IFRO que tratará de estabelecer uma cultura de comunicação, onde, entre outras atividades, definirá: ações de gestão de comunicação e crises, o fortalecimento no relacionamento do IFRO com seus públicos estratégicos e discussão da importância dos processos e ferramentas de comunicação, para uma comunicação de excelência.

### 4. PÚBLICO DO PROJETO

Público interno e externo: Servidores, gestores, alunos, pais e a comunidade em geral.

### 5. EFEITOS DO PROJETO

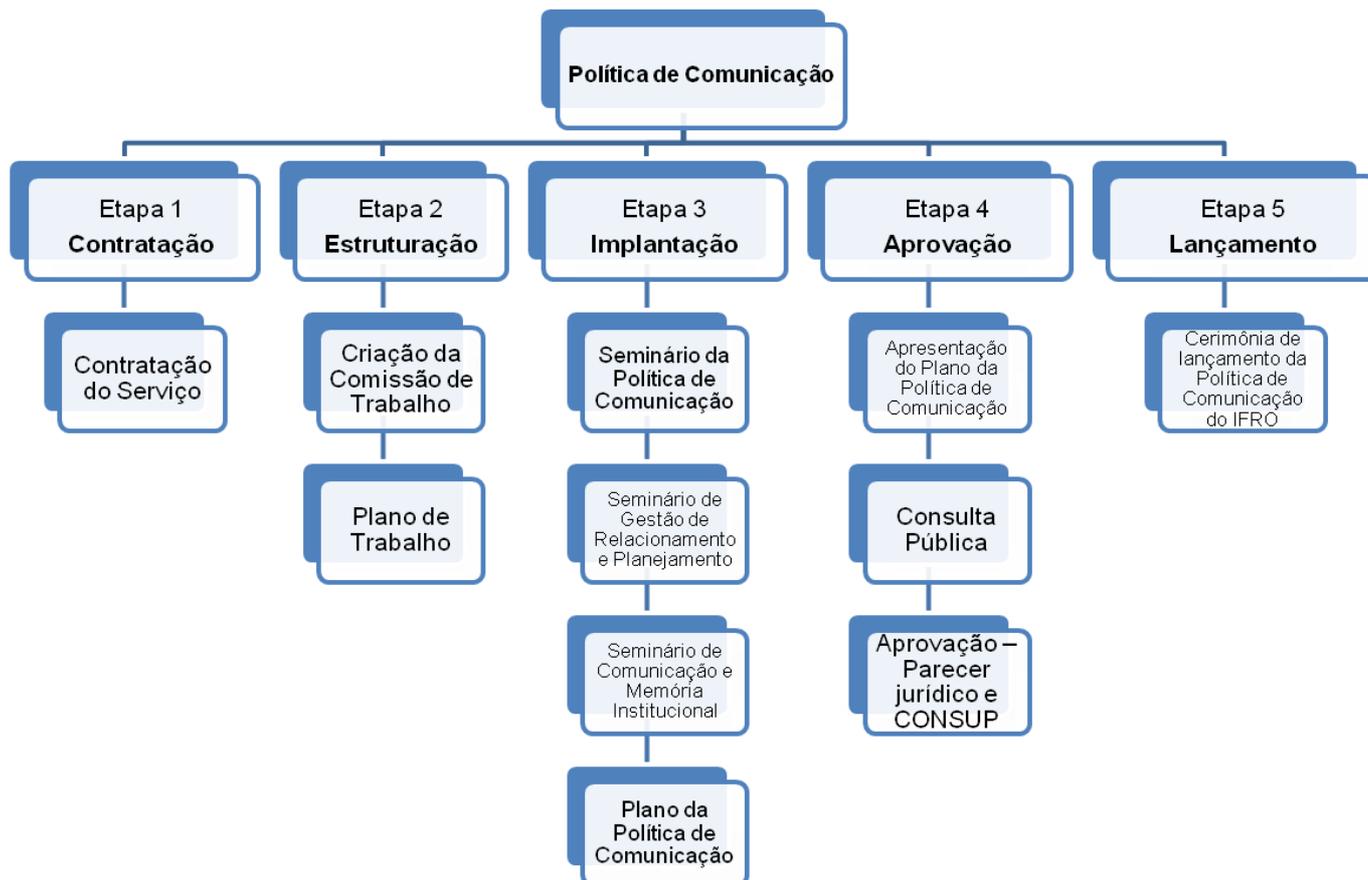
- Fortalecimento da comunicação interna;
- Pesquisa, conhecimento e gerenciamento da comunicação do IFRO;
- Fortalecimento e definição das ações da gestão da comunicação do IFRO;
- Envolvimento dos gestores e dos públicos internos do IFRO;
- Pesquisa interna sobre a comunicação no IFRO;
- Definição dos públicos estratégicos do IFRO;
- Comunicação com os públicos internos;
- Comunicação com os públicos externos;
- Análise dos canais de relacionamento do IFRO com os públicos internos e externos;
- Análise, direcionamento e fortalecimento do relacionamento com a mídia;
- Fortalecimento do planejamento na realização de eventos;
- Análise, reestruturação e fortalecimento das campanhas de ingresso (processos seletivos e concursos);
- Análise e fortalecimento da comunicação do IFRO nas mídias sociais;
- Análise da comunicação e a extensão no IFRO;
- Definição das ações de comunicação em situação de crise.

### 6. PRODUTO FINAL

# ESCOPO DO PROJETO

## 1. ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO (EAP)

A Estrutura Analítica do Projeto - EAP é uma ferramenta de comunicação que expõe, de forma sintética e direta, as principais entregas do projeto.



## 2. ESCOPO DO PRODUTO

Para tornar clara sua compreensão é necessário um maior detalhamento. Definir escopo dos produtos corresponde à tradução dos requisitos funcionais dos produtos (clientes e beneficiários) em atributos mensuráveis. Assim, para cada entrega da EAP devem ser especificados seus requisitos. A esse conjunto de elementos denomina-se escopo do produto. Na sequência será apresentado o detalhamento de cada produto.

Preliminarmente, poderá ser praticada a seguinte dinâmica de trabalho, distribuída em 5 etapas de trabalho:

### Etapa 1 – Contratação da Consultoria

1.1 Contratação de Serviço: trata-se da contratação de assessoramento técnico para a condução do processo de construção e implantação da Política de Comunicação do Instituto Federal de Rondônia – IFRO

1.1.1 Elaboração do documento de formalização de demanda: Trata-se do procedimento inicial do Planejamento da Contratação. Este documento deve conter a justificativa da necessidade da contratação da consultoria explicitando a opção pela terceirização dos serviços, a quantidade de serviço a ser contratada, a previsão de data em que deve ser iniciada a prestação dos serviços e a indicação de servidor para compor a equipe que irá elaborar todas as etapas do planejamento da contratação.

1.1.2 Elaboração dos Estudos Preliminares: Trata-se de documento que discorra sobre a necessidade da contratação, requisitos da contratação, estimativa das quantidades, acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, estimativas de preços ou preços referenciais, descrição da solução como um todo dentre outros itens.

1.1.3 Elaboração do Gerenciamento de Riscos: Trata-se de um processo que realiza a: Identificação dos principais riscos que possam comprometer a efetividade do Planejamento da Contratação, da Seleção do Fornecedor e da Gestão Contratual ou que impeçam o alcance dos resultados que atendam às necessidades da contratação; Avaliação dos riscos identificados, consistindo da mensuração da probabilidade de ocorrência e do impacto de cada risco; O tratamento dos riscos considerados inaceitáveis por meio da definição das ações para reduzir a probabilidade de ocorrência dos eventos ou suas consequências; A definição das ações

de contingência para o caso de os eventos correspondentes aos riscos se concretizarem; e A definição dos responsáveis pelas ações de tratamento dos riscos e das ações de contingência. O processo se materializa no documento Mapa de Riscos.

1.1.4 Elaboração do Termo de Referência ou Projeto Básico: Termo de Referência ou Projeto Básico deverá ser elaborado a partir dos Estudos Preliminares, do Gerenciamento de Risco. Contendo no mínimo: A declaração do objeto; A fundamentação da contratação; A descrição da solução como um todo; Os requisitos da contratação; O modelo de execução do objeto; O modelo de gestão do contrato; Os critérios de medição e pagamento; A forma de seleção do fornecedor; Os critérios de seleção do fornecedor; As estimativas detalhadas dos preços; e A adequação orçamentária.

1.1.5 Elaboração do Mapa de Cotação de Preços: Trata-se da identificação das condições e dos valores dos serviços necessários para a contratação, visando à escolha de opções com melhor custo-benefício. A Administração deve verificar o preço de mercado do objeto da futura contratação. Não há um procedimento formal, previsto em lei, para realização da cotação de preços. Apesar da omissão legal, normalmente a Administração consulta, no mínimo, três pessoas do ramo pertinente ao objeto, fixando uma média dos preços apresentados.

1.1.6 Definição da Modalidade de Licitação: É a forma específica de conduzir o procedimento licitatório a partir de critérios definidos em lei.

1.1.7 Elaboração do Edital: Trata-se de Ato convocatório que tem por finalidade fixar às condições necessárias a participação dos licitantes, ao desenvolvimento da licitação e a futura contratação, além de estabelecer determinado elo entre a Administração e os licitantes. Deve ser claro, preciso e fácil de ser consultado.

1.1.8 Submissão do Processo a Procuradoria Federal Junto ao IFRO: Trata-se de procedimento de solicitação a assessoria jurídica da Administração para o exame e aprovação da minuta do instrumento convocatório.

1.1.9 Publicação do Edital: Trata-se da publicação de aviso na imprensa oficial e em jornal diário de grande circulação do edital promovendo a convocação de interessados para participar da licitação. Deve o aviso conter informações fundamentais acerca do certame. Exemplo: data, horário, objeto, especificação, quantidade, local onde poderá ser lido o ato convocatório.

1.1.10 Licitação: Trata-se de procedimento administrativo instrumental utilizado pela Administração Pública com o com o objetivo de garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e promover o desenvolvimento nacional sustentável, por meio de critérios objetivos e impessoais, para celebração de contratos.

1.1.11 Homologação: É o ato de controle da autoridade hierarquicamente superior à Comissão de Licitação que analisa todo o procedimento, inclusive em sua fase interna, para verificar se se encontra em conformidade com as exigências legais. Nesta subfase pode ocorrer a aprovação do procedimento (homologação), ou a reprovação do procedimento (revogação ou anulação). Se o procedimento estiver em ordem ocorre a homologação. Se a autoridade competente verificar algum vício de ilegalidade, anulará o procedimento ou determinará seu saneamento, se cabível.

1.1.12 Adjudicação: É o ato final do procedimento administrativo de licitação. Constitui o ato declaratório, pelo qual a mesma autoridade pública competente para homologar, atribui de maneira formal ao vencedor do certame o objeto da licitação. Através da adjudicação, a Administração convoca o vencedor para assinar o contrato administrativo.

## **Etapa 2 – Apresentação da Comunicação do IFRO**

**2.1 Criação da comissão de trabalho:** Será criada uma comissão para colaborar com a Política de Comunicação através de uma portaria. Entrega: Portaria de criação da Comissão de Política de Comunicação do IFRO.

**2.2 Plano de trabalho:** Será o levantamento de temáticas necessárias para análise, discussão e definição que serão implantadas no Manual da Política de Comunicação do IFRO. Discussão da agenda de trabalho da consultoria ao longo do período de troca de informações e conhecimento da realidade comunicacional do IFRO e das demandas institucionais. Este plano de trabalho será feito pela equipe básica. Entrega: plano de trabalho.

## **Etapa 3 – Implantação**

**3.1 Seminário da Política de Comunicação:** Será apresentado pela consultoria para os membros da Comissão, em reunião presencial de dois dias, o Seminário da Política de Comunicação abordando os assuntos: Construindo uma Política de Comunicação para o IFRO; Definição dos públicos estratégicos; A comunicação com os públicos internos e externos e Formas de envolvimento da gestão. Nesta etapa será entregue um esboço e ocorrendo sugestões, serão refeitos pelo consultor e encaminhados para aprovação final do grupo.

**3.2 Seminário de Gestão de Relacionamento e Planejamento:** Será apresentado pela consultoria para os membros da Comissão, em reunião presencial de dois dias, para abordar os seguintes assuntos: O relacionamento com a mídia e canais de comunicação; O planejamento e a realização de eventos e as campanhas de ingresso; A comunicação do IFRO nas mídias sociais e Pesquisa de comunicação. Ao final do Seminário será proposto um esboço e ocorrendo sugestões, serão refeitos pelo consultor e encaminhados para aprovação final do grupo.

**3.3 Seminário de Comunicação e Memória Institucional:** Será discutido com os membros da Comissão e consultoria, em reunião presencial de três dias, sobre: Apresentação e discussão da pesquisa junto aos públicos internos sobre a comunicação no IFRO; A comunicação e a extensão no IFRO; A comunicação em situação de crise; A gestão da comunicação no IFRO e Preservação da memória institucional do IFRO. Ao final do Seminário será proposto um esboço e ocorrendo sugestões, serão refeitos pelo consultor e encaminhados para aprovação final do grupo.

**3.4 Plano da Política de Comunicação:** Haverá uma apresentação do roteiro básico da Política de Comunicação do IFRO pela consultoria e discutida com os membros da Comissão em reunião presencial. Entrega: Após os debates e análise, serão encaminhados os roteiros da Política de Comunicação e propostas para produção da minuta pela consultoria.

## **Etapa 4 – Aprovação da Política de Comunicação**

**4.1** Será apresentada pelo consultor, a minuta da Política de Comunicação do IFRO e discutida para aprovação final da Comissão em reunião presencial. Se na reunião houver ainda sugestões de novas mudanças na Política de Comunicação, o consultor as fará e encaminhará para a Comissão que posteriormente encaminhará para consulta pública. Entrega: Minuta da Política de Comunicação.

**4.2 Consulta Pública:** A Comissão da Política de Comunicação encaminhará a Minuta da Política de Comunicação para consulta pública, que será publicado no portal institucional e divulgada pelos canais de comunicação do Instituto pelo prazo de vinte dias. Após o prazo encerrado da consulta pública haverá a período de análise das informações coletadas e considerações e posteriormente será encaminhado para parecer jurídico. Entrega: Coleta de informações da consulta pública da Política de Comunicação.

**4.3 Aprovação:** Após parecer jurídico, a Minuta da Política de Comunicação será encaminhada para a consultoria para considerações e encaminhamento para o Conselho Superior - CONSUP para sua aprovação.

Aprovado, será enviado para produção final. Entrega: Impressão da Política de Comunicação.

**Etapa 5 - Lançamento da Política de Comunicação do IFRO**

5.1 Será realizado uma cerimônia de lançamento da Política de Comunicação do IFRO, com a presença dos membros da Comissão, consultores, gestores e responsáveis pela comunicação do Instituto, além da imprensa local e convidados externos, na Reitoria.

## RECURSOS E ORÇAMENTO DO PROJETO

AÇÃO	DESCRIÇÃO DOS RECURSOS				VALOR TOTAL ESTIMADO
	INSUMOS	Valor Unitário	Quantidade	Fonte	
Contratação de serviço	Consultor	R\$70.000,00	-	20 RL	R\$ 70.000,00
	Sala de aula	-	1	-	
	Equipamento multimídia	-	1	-	
Reuniões com a Comissão e Consultoria	Sala de aula/reunião	-	1	-	R\$ 15.045,00
	Equipamento multimídia	-	1	-	
	Diárias para deslocamento de membros da Comissão	R\$177,00	85	20RL	
Lançamento do Manual de Política de Comunicação	Passagens terrestres para deslocamento de membros da comissão	R\$869,78	06	20 RL	R\$5.218,68
	Projeto gráfico e impressão dos manuais	R\$3.700,00	02	20 RL	R\$ 7.400,00
	Cerimônia de lançamento da Política de Comunicação do IFRO	-	-	-	-
<b>Valor total</b>					<b>R\$ 97.663,68</b>

## CRONOGRAMA DO PROJETO

### MATRIZ DE ESTRUTURAÇÃO DA AÇÃO

AÇÕES	COORD. AÇÃO	ENTREGA	CRONOGRAMA GERENCIAL 2019-2020													
			JAN/19	FEV/19	MAR/19	ABR/19	MAI/19	JUN/19	JUL/19	AGO/19	SET/19	OUT/19	NOV/19	DEZ/19	JAN/20	FEV/20
Líder do Projeto/PROAD		Elaboração do documento de formalização de demanda	X													
Líder do Projeto/PROAD		Elaboração dos Estudos Preliminares		X												
Líder do Projeto/PROAD		Elaboração do Gerenciamento de Riscos			X											
Líder do Projeto/PROAD		Elaboração do Termo de Referência ou Projeto Básico				X										
Líder do Projeto / PROAD		Elaboração do Mapa de Cotação de					X									

		Preços																		
Contratação da Consultoria	PROAD	Definição da Modalidade de Licitação								X										
	PROAD	Elaboração do Edital								X										
	PROAD	Submissão do Processo a Procuradoria Federal Junto ao IFRO									X									
	PROAD	Publicação do Edital										X								
	PROAD	Licitação											X	X						
	PROAD	Homologação													X					
	PROAD	Adjudicação															X			
Apresentação da comunicação do IFRO	Líder do Projeto /Gabinete	Criação da comissão de trabalho																	X	
	Líder do Projeto /Consultor/ASCOM	Elaboração e definição do plano de trabalho																		X

## CRONOGRAMA DO PROJETO

DA AÇÃO		MATRIZ DE ESTRUTURAÇÃO																		
AÇÕES	COORD. AÇÃO	ENTREGA	CRONOGRAMA GERENCIAL 2020																	
			FEV/20	MAR/20	ABR/20	MAI/20	JUN/20	JUL/20	AGO/20	SET/20	OUT/20									
Seminário da Política de Comunicação	Líder do Projeto/Consultor/Comissão	Esboço da Política de Comunicação	X																	
Seminário de Gestão de Relacionamento e Planejamento	Líder do Projeto/Consultor/Comissão	Esboço da Gestão de Relacionamento e Planejamento		X																
Seminário de Comunicação e Memória Institucional	Líder do Projeto/Consultor/Comissão	Esboço da Comunicação e Memória Institucional			X															
Plano de Implantação – Política de Comunicação	Líder do Projeto/Consultor/Comissão	Apresentação do roteiro básico da Política de Comunicação do IFRO				X														
Aprovação da Política e Plano de Comunicação	Líder do Projeto/Consultor/Comissão	Minuta da Política de Comunicação					X													
		Coleta de informações da consulta pública							X											

		Impressão da Política de Comunicação								X	
Lançamento da Política de Comunicação do IFRO	Líder do Projeto / ASCOM/Comissão	Cerimônia de lançamento da Política e do Plano de Comunicação do IFRO									X

## COMUNICAÇÃO DO PROJETO (facultativo)

INTERESSADOS	INFORMAÇÃO	RESPONSÁVEL PELO CONTEÚDO	CANAL	FREQUÊNCIA	ARMAZENAGEM
Público interno	A importância do projeto Conclusão das etapas	ASCOM	Portal do IFRO / Newsletter / E-mail	A cada etapa do projeto	Portal do IFRO
Gestores	Conclusão das etapas - Lançamento do produto final	Líder de projeto	Portal do IFRO / Newsletter / E-mail	A cada etapa do projeto	Portal do IFRO
Dirigentes	Conclusão das etapas - Lançamento do produto final	Líder de projeto	Reunião do Codir / RAE	Trimestralmente	Ata da reunião do Codir

### ELABORAÇÃO DO PLANO DO PROJETO

Elaborado por: Érica Jennings Araújo Coutinho	Assinatura:	Data:
		__/__/__

### APROVAÇÃO DO PLANO DO PROJETO

Aprovado por:	Assinatura:	Data:
		__/__/__



Documento assinado eletronicamente por **Érica Araújo Jennings Coutinho, Relações Públicas**, em 13/01/2019, às 19:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ifro.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ifro.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0445651** e o código CRC **60E15861**.