



Introdução

Presença digital no cotidiano e melhoria na comunicação interna e externa da Faculdade, ampliando o alcance das informações e posicionamento digital para toda a sociedade.

Objetivo

O principal objetivo deste projeto é um gerenciamento eficaz das redes sociais, com manutenção constante do site institucional e uma gestão de excelência dos eventos. Fortalecendo a presença digital, marcado por uma ampla integração das áreas acadêmicas graduação, pós-graduação e pesquisa e extensão e eventos, responsáveis pelas demandas.

Metodologia

Realizada ampla pesquisa sobre os métodos de comunicação das universidades públicas no Brasil e Europa. Identificado as informações quanto a abrangência, implementação por etapas, criação de templates, publicações com padrões pré-aprovados e planejamento das publicações e interações.

Resultados

Ampliação considerável de 35% dos seguidores das redes sociais, Instagran, LinkedIn e Facebook e interação. Criação de formulários específicos para comunidade interna solicitar as divulgações e eventos e um aumento significativo de 60% de pedido de divulgação e 40% de gerenciamento de eventos de 2023 até o momento. Utilização do software Sympla para gerenciamento dos eventos com inscrições e emissão dos certificados mais ágeis. Aprovação de Mobilidade Internacional de uma funcionária para conhecer o processo de Comunicação, Mídias Sociais e Alumni na Universidade do Porto/PT e Projeto para contratação de um(a) bolsista BAS para criação das artes e templates no Canva.

Conclusão

Comprovou a relevância na adoção de métodos e planejamento com impacto positivo na aplicação de experiências, trazendo expansão, engajamento da comunidade interna e toda sociedade

Referências

- CASTELLS, M. A sociedade em rede. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2002. v.1
Maria Eliziana Pereira de Sousa, Presença digital das Bibliotecas do IFPB: mapeamento, análise e propositura. v.28 n.1 (2023): Informação & Informação