

## Coordenadoria de Marketing – CMKT

**Gerente:** Giancarlo Dari Bottega

No ano de 2018 muitos foram os desafios enfrentados pela Coordenadoria de Marketing na execução de suas atividades e nas ações de relacionamento. Este ano foi marcado como o que representou o ponto de corte da inclusão do nono ano nas escolas da região. Essa situação reduziu consideravelmente o número de alunos matriculados no terceiro ano nas escolas de Ensino Médio de nossa região e, conseqüentemente, nos levou a fortalecer a presença nestes espaços, bem como a ofertar projetos de interesses desse público-alvo.

Nosso fazer esteve orientado para a promoção da marca UNIJUÍ e, respectivamente, das demais mantidas da FIDENE – EFA, Rádio UNIJUÍ FM e Museu Antropológico Diretor Pestana – MADP. Em cada ação desenvolvida marcamos, neste 2018, os diferenciais de ser e de estar em uma Universidade. Pontuamos os diferenciais que nos promovem e convidamos os diversos públicos a conhecer esta história de mais de 60 anos de Ensino Superior em nossa região.

Nossas estratégias foram desenvolvidas a partir de projetos como o Profissional do Futuro, Palestra nas Escolas, Bate-Papo UNIJUÍ, apoio a eventos discentes e fortalecimento do banco de talentos presente no Programa Egresso, quando inovamos com a oferta da primeira Feira de Carreiras UNIJUÍ. Projetos como Sinergia (endomarketing), Presença Unijuí, Egresso Unijuí, Relacionamento (estudantes, colaboradores e comunidade), Qualificação das ofertas Institucionais, mantiveram-se dentro de parâmetros preestabelecidos. Mantivemos as análises macro com potenciais alunos, convergência entre a participação nos eventos promocionais e a efetiva inscrição para os processos seletivos.

### Programas de Marketing UNIJUÍ

Em 2018 a Coordenadoria de Marketing continuou fomentando os Programas de Marketing da UNIJUÍ por meio de seis grandes Programas, que contêm subprogramas, projetos, ações, atividades integradas e novos projetos. Os programas de marketing da Unijuí estão assim propostos:

<b>Nome do Programa</b>	<b>Breve descrição técnica</b>
<b>1. Sinergia</b>	Programa de Comunicação interna focado nos técnicos-administrativos e de apoio e professores.
<b>2. Presença Unijuí</b>	Composto de distribuição/praça/ <i>meeting point</i> , em eventos, instituições, <i>campi</i> , diversos públicos da instituição.
<b>3. Egresso Unijuí</b>	Relacionamento, satisfação e fidelização com egressos, diplomados e certificados.
<b>4. Políticas de Relacionamento</b>	Relacionamento efetivo com alunos de Ensino Médio, satisfação e fidelização com egressos, aproximação e interatividade com estudantes e permanente relação com colaboradores.
<b>5. Qualificação das Ofertas Institucionais</b>	Adequação e qualificação das ações que envolvam prospecção, manutenção e recuperação de estudantes de acordo com a particularidade das campanhas desenvolvidas para este público, dando atenção especial às ofertas da Educação Continuada.

<b>6. Fortalecimento da Marca</b>	Gestão de marca – agregação de valor à marca institucional, às extensões de marcas e aos diferentes produtos da instituição.
-----------------------------------	--

Estes programas serão permanentes e executados mediante diversas atividades, projetos, ações e subprogramas que deverão evoluir com o passar do tempo, podendo ser extintos, substituídos por outros ou ter agregação/incorporação de novos projetos.

### **Canais de comunicação**

Em 2018 a equipe de jornalismo da CMKT deu seguimento à cobertura dos eventos institucionais, como o Bate-Papo UNIJUÍ, Profissional do Futuro, Vestibulares e eventos específicos dos cursos de graduação e de todos os níveis de Pós-Graduação, bem como seminários e semanas acadêmicas que a Universidade oferece, totalizando mais de 800 matérias publicadas no Comunica. Com algumas melhorias e avanços em termos de linguagem, a aposta foi em matérias, em sua maioria, adaptadas para as linguagens da internet, otimizando os canais digitais da Instituição. Todos os jornalistas da instituição procuram mesclar, na medida do possível, cobertura em texto, foto, vídeo e infográficos, além de realizar entrevistas que são utilizadas pela Unijuí FM e coberturas multimídia. Pelo terceiro ano consecutivo o jornalismo voltou diversas ações ao projeto Popularização da Ciências, cujo objetivo é transmitir à comunidade regional o fazer da Universidade a partir da Pesquisa e da Extensão, fazendo uso de uma linguagem popular e mais acessível.

Na cobertura do Salão do Conhecimento deu-se sequência a um projeto iniciado em 2014 para a cobertura do evento em conjunto com a Unijuí FM e estudantes do curso de Jornalismo da Universidade. Na edição 2018, a partir da disponibilidade do curso de Jornalismo, a cobertura foi focada nas fotografias. Procurou-se direcionar os estudantes voluntários para as pautas, otimizando tempo. Da mesma forma, como já é tradição, os principais acontecimentos deste evento ganharam cobertura e destaque nos diferentes canais: Comunica e Redes Sociais, via Twitter, Facebook e Instagram, bem como por meio da imprensa regional, com o envio de material sobre o evento.

Novamente deu-se continuidade ao trabalho do Blog Tá Ligado, com postagens voltadas aos estudantes. Dicas para TCC, trabalhos da Universidade, orientações, ofertas de bolsas e editais, dicas de carreira, atuação profissional, projetos e ações, continuaram a ser o foco deste canal, seguindo a mesma linha dos últimos anos.

O Relatório Social foi desenvolvido e pensado para ser impresso. Os textos contemplaram o fazer da Fidene a partir do sonho de transformação do mundo por meio da educação e da relação com os estudantes, professores, técnicos-administrativos e de apoio, egressos e comunidade externa, e as atividades desenvolvidas a partir das suas quatro mantidas: Unijuí, Museu Antropológico Diretor Pestana, EFA e Unijuí FM. Os textos compuseram a inscrição da Fundação ao Prêmio de Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa, a qual foi premiada com o Troféu pelo terceiro ano consecutivo, fato inédito até então.

### **Imprensa**

No atendimento à imprensa, seguimos em constante contato com os veículos e jornalistas, especialmente na área de atuação da Universidade, por meio do já citado Unijuí News, mas também por telefone e em visitas aos veículos, bem como por intermédio das redes sociais, aproveitando a facilidade e a agilidade de comunicação que tais canais permitem. Uma das formas mais assertivas, de ponta a ponta nesse contato, tem sido o WhatsApp, amplamente utilizado, que tem facilitado e deixado mais veloz o contato com os veículos regionais.

A equipe de jornalismo da CMKT procurou atender todas as demandas dos veículos de comunicação, pautando diariamente cerca de mais de 60 veículos jornalísticos da região. Foram realizadas visitas a veículos de toda a região para atender e entender melhor as demandas destes e dos jornalistas.

### **Campanhas e produções especiais**

Os jornalistas do Marketing estiveram, ao longo do ano, envolvidos na concepção, produção e execução de campanhas da Universidade, com o objetivo de contribuir com ideias para a comunicação

institucional como um todo. Um exemplo disso foi a produção de vídeos do Aniversário do Hospital Veterinário, Dia do Pesquisador, além da participação efetiva na produção dos vídeos das Campanhas de Vestibular de 2018, entre outros. Quando se trata de vídeo, a equipe de Jornalismo trabalhou ainda mais fortemente em 2018 com a produção de roteiros e também produção e direção de materiais.

### **Comunicação Digital**

Na Comunicação Digital, em 2018, as redes sociais (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, Youtube) potencializaram a divulgação de conteúdos da Universidade, consolidando-se como canais de divulgação jornalística e publicitária, com o objetivo de informar e também prospectar alunos. Além disso, colaboram para propagar a rotina e o fazer universitário. As redes também são canais diretos de relacionamento com os diferentes públicos da Instituição, que se comunicam conosco a partir de mensagens para buscar mais informações, tirar dúvidas, criticar e sugerir. Considerando que as redes sociais estão ao alcance de todos e permitem acesso rápido, são um meio muito buscado para manter diálogo com empresas e instituições. No caso da Unijuí, potencializamos o uso do WhatsApp institucional, no entanto realizamos atendimento às mensagens que chegaram por todas as outras redes, sempre com um atendimento bastante humanizado, fugindo de mensagens automáticas e auxiliando a todos que procuram a Instituição de forma on-line, buscando, sempre que possível, prospectar novos alunos por meio dos diálogos gerados. Em 2018 iniciamos também um trabalho de padronização da marca da Fidene/Unijuí nas redes sociais. Criamos o Termo de Uso de Fanpages Ligadas à Fidene e suas Mantidas: UNIJUÍ, EFA, MADP E UNIJUÍ FM (que deve ser incluído em todas as fanpages), o Termo de Criação e Manutenção de Fanpages Relacionadas à UNIJUÍ e demais mantidas da FIDENE e também um Guia para o Colaborador Unijuí no Ambiente Digital, textos que foram aprovados e publicados como resoluções da Fidene. Identificamos todos os canais, perfis e páginas criadas nas redes sociais relacionadas à Fidene/Unijuí. A partir desse levantamento deletamos algumas contas que estavam sem atualização e estamos entrando em contato com os administradores das demais para deletar ou, então, manter e padronizar o conteúdo. O objetivo é garantir uma comunicação menos pulverizada e mais concisa nas redes sociais. Após, o objetivo é fazer formações para os administradores de página, orientando para a publicação de conteúdos e atendimento on-line, e também para os colaboradores sobre boas práticas nas redes sociais.

### **Redes Sociais**

Atualmente, a fanpage da UNIJUÍ conta com cerca de 63 mil curtidas e um grande fluxo de usuários que curtem, comentam e compartilham as informações da Universidade. Em 2018 foram incrementados os investimentos nesta ferramenta, por meio de produções específicas e *posts* patrocinados (pagos), o que aumentou muito mais o engajamento do público. Perguntas frequentes de internautas – alunos, comunidade e vestibulandos – são respondidas diariamente, assim como no Twitter, outro canal de informações e publicidade da UNIJUÍ, no qual são feitas publicações para os seus cerca de 5.000 seguidores. LinkedIn, Instagram e Snapchat são os outros perfis que a UNIJUÍ possui nas redes sociais, em que são replicadas as principais informações do que acontece na Universidade, aumentando a interação e o relacionamento da Universidade com seus públicos. Ainda em termos de redes sociais, o Instagram passou a ser trabalhado de uma forma ativa e diferenciada e tem sido a rede com mais alcance atualmente. O perfil nessa rede está com cerca de 10.000 seguidores. No linkedin a página também conta mais de 10.000 seguidores. Quanto aos investimentos, além do facebook, passamos a investir mais também no patrocínio de publicações no instagram, no linkedin e no youtube. No ano de 2018 realizamos também uma pesquisa de consumo de mídia, com o objetivo de entender melhor o nosso público e de que forma recebem/consomem as informações que divulgamos.

### **Campanhas**

Em 2018 a Unidade de Criação e Publicidade trabalhou em diversos projetos institucionais. Foram mais de 550 atendimentos focados no desenvolvimento de materiais de apoio a eventos, projetos, divulgação, conscientização e campanhas macro, como Volta às Aulas e Sou Universitário, avaliação institucional, vestibulares, geomarketing, reforço da campanha institucional e campanhas de Pós-Graduação *Lato e Stricto Sensu*.

Foram desenvolvidas pela equipe de publicidade as campanhas de vestibular (Verão, Inverno e Mais) na modalidade presencial. O Vestibular de Verão trouxe o mote “Escolhas certas fazem toda a diferença” e o vestibular de inverno complementou a campanha, encerrando o ciclo com o mote “Você escolhe, você faz a diferença”. Os motes foram desenvolvidos e trabalhados mediante pesquisas

realizadas com estudantes do Ensino Médio, reforçando o posicionamento institucional da Universidade, retratando o reconhecimento da sua marca e da sua trajetória perante a comunidade: uma instituição de Ensino Superior forte, qualificada e referência na região.

As campanhas contaram com um conjunto de materiais, igualmente desenvolvido pela equipe, que foi trabalhado diretamente no público-alvo, elevando a divulgação da instituição com novas ferramentas de contato, como as redes sociais, youtube e google. Também se manteve a divulgação em canais tradicionais, o que permitiu que a comunicação tivesse impacto em diversas esferas.

Em 2018 foi renovada a campanha de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, fortalecendo a divulgação dos cursos de Mestrado e Doutorado ofertados pela Universidade. Também foi produzida nova campanha de Pós-Graduação *Lato Sensu*, buscando uma divulgação mais enfática desse produto, Evidenciando que um curso de Pós-Graduação é um momento decisivo na carreira profissional, quando o profissional pode desenvolver a sua carreira e reposicionar-se no mercado, ampliando a sua rede de contatos e desenvolvendo mais a sua formação, garantindo acesso a novas tecnologias e conhecimentos.

Foram realizadas, ainda, campanhas publicitárias para divulgação dos programas de relacionamento da Unijuí (Bate-papo Unijuí, Profissional do Futuro e Programa Palestras nas Escolas) em aplicação multiplataformas (eletrônica e física).

A publicidade desenvolveu materiais gráficos para os eventos e semanas acadêmicas dos cursos, além dos eventos institucionais, como o Salão do Conhecimento, seminários, congressos e palestras, assim como produção de material de divulgação de eventos sociais e culturais promovidos pelos projetos da Universidade.

Foram fortalecidas as ações de sinalização institucional, com manutenção e atualização dos totens, placas locacionais, direcionais e identificação das salas dos quatro *campi* e da Sede Acadêmica.

Desenvolvimento de materiais publicitários para a Fidene, com destaque para o Relatório Social, assim como os materiais para as mantidas Museu e Unijuí FM.

O ano de 2018 marcou também a introdução de um sistema de controle de demandas, o qual promoveu melhor transparência e controle dos processos de criação e publicidade. O sistema gerou melhora e aumento da produtividade dos profissionais envolvidos no processo, reduzindo o tempo de atendimento.

## **Egresso**

Com o objetivo de aproximação e acompanhamento da vida pós-acadêmica de seus estudantes, a Unijuí mantém um programa de relacionamento com Egressos – o Programa Egresso Unijuí.

Por meio do Programa, em 2018 foram oportunizadas mais de 200 vagas de trabalho via portal do egresso. Estas oportunidades são fruto de parceria com empresas, que buscam novos talentos para suas equipes.

O ano de 2018 marcou também a realização da primeira edição da Feira de Carreiras Unijuí, evento que promoveu a conexão com empresas e profissionais. Realizada no *Campus Ijuí*, a Feira de Carreiras reuniu mais de 17 empresas expositoras e contou com a participação de mais de 400 pessoas em um dia inteiro de programação. Destaca-se a realização de 12 minipalestras com assuntos pertinentes à carreira profissional e uma palestra máster com profissional de renome nacional, impactando na vida profissional dos participantes.

Ao longo do ano também foram realizadas ações específicas com o público, como benefícios em eventos exclusivos, acesso à Biblioteca Universitária e criação de conteúdo relevante.

## **Feiras**

Em 2018 a instituição participou das seguintes feiras de negócios:

- Abril/Maio: FENII, realizada no município de Ijuí. Neste evento colaboramos com a

programação desenvolvida a partir da Incubadora Tecnológica – CRIATEC –, apoiando o Café Tecnológico e a exposição das empresas incubadas. Atuamos também no desenvolvimento da primeira FEIMOVEIS, projeto desenvolvido em conjunto com a Associação das Imobiliárias de Ijuí, o curso de Design da UNIJUÍ e a Coordenadoria de Marketing.

- Abril/Maio: FENASOJA, feira regional desenvolvida no município de Santa Rosa no período de 27 de abril a 6 de maio de 2018. Nesta feira a UNIJUI participou com um conjunto de atividades que envolveu desde atrações culturais, participação em seminários, audiências públicas e assinatura de diversos convênios. A Universidade também esteve representada fisicamente com um *stand* de atendimento em um dos pavilhões da feira. Neste espaço, para além do fazer institucional, proporcionamos a presença de empresas incubadas no *Campus* Santa Rosa. Patrocinamos também a programação cultural da feira, com a exposição da marca e participação no desenvolver das atividades.
- A Unijuí participou da Feira do Livro da cidade de Três Passos no mês de maio. As principais ações foram a realização de oficinas e palestras com professores de diversas áreas da Instituição.
- Outubro: entre os dias 11 a 22 aconteceu a Expoljuí, da qual a Unijuí foi patrocinadora. Diversas ações e eventos foram realizados na Casa da Unijuí no Parque de Exposições. Nesta edição novamente não aconteceram os eventos tradicionais, como lançamento do Vestibular e das obras da Editora. Também não se fizeram presentes os cursos de graduação com atividades específicas. O destaque deste ano ficou por conta da tecnologia. Foi colocado à disposição da comunidade o espaço Coworking, representado pela interação tecnológica a partir de um conjunto de eventos disponibilizado para a comunidade e também atividades voltadas a instigar a intuição e a criatividade. Ainda merece destaque a participação junto ao ambiente da casa UNIJUÍ de empresas graduadas pela CRIATEC, que demonstraram seus produtos e serviços a partir de interação com a comunidade e de exposição de produtos finalizados. Na casa UNIJUÍ, como tradicionalmente acontece, esteve ocupando lugar de destaque a Rádio UNIJUÍ FM, com programação variada e apresentação de programas ao vivo direto da feira. No pavilhão 2 houve espaço destinado para as empresas atualmente incubadas junto a CRIATEC. Estas empresas tiveram a oportunidade de demonstrar seus produtos e serviços para a comunidade.

### **Bate-Papo UNIJUÍ**

Em 2018 o projeto Bate-Papo UNIJUÍ, utilizando-se do formato de programa de auditório, aconteceu em todos os *campi* da Instituição. Em Ijuí ocorreu no dia 24 de maio e teve na sua programação uma fala sobre mercado de trabalho e profissões e outra fala sobre o Enem. Em Santa Rosa, Três Passos e Panambi, além das palestras, foi promovido um *tour* pelos laboratórios e espaços acadêmicos destes *campi*. Total de público presente: 1.400 estudantes.

### **Profissional do Futuro**

No ano de 2018 o Profissional do Futuro foi realizado nos *Campi* Ijuí e Santa Rosa nas seguintes datas: Ijuí: 28, 29 e 30 de agosto (terça-feira, quarta-feira e quinta-feira) e Santa Rosa: 11 de setembro (quarta-feira).

O evento em 2018 marcou atividades que mantiveram um protagonismo maior dos cursos a partir de atividades realizadas em seus espaços acadêmicos. Com isso, tanto a mostra de cursos quanto as oficinas aconteceram em laboratórios, salas de aula e Departamentos, de acordo com a programação que estas unidades definiram. Esta autonomia de cada curso foi avaliada positivamente pela comissão organizadora, pois garantiu interação e promoção dos cursos para com o público-alvo. Os alunos foram conduzidos aos espaços externos por meio de ônibus contratados para este fim. O público, além de participar da Mostra de Cursos, das práticas laboratoriais e visitas dirigidas, ainda pode interagir com atividades promovidas pelo Coral UNIJUÍ e pela Cia Cadagy. O brinde institucional desta edição foi uma foto personalizada com as datas do processo de Vestibular Verão 2019, sendo um grande sucesso.

Nesses dois *campi* o evento reuniu cerca de 4.000 estudantes. Neste evento não foram contemplados os *Campi* Três Passos e Panambi, que, desde a primeira edição do evento, vêm a Ijuí.

## **Palestra nas Escolas**

O Projeto Palestra nas Escolas da UNIJUÍ promove a interação da Universidade com as escolas e com os alunos do Ensino Médio, no formato de palestras sobre temas das áreas do conhecimento em que a Instituição atua. Estas palestras são oferecidas gratuitamente para as escolas e alunos com temas referentes a cursos, profissões e possibilidades para os alunos se inserirem no mercado de trabalho.

No ano de 2018 a Instituição promoveu cerca de 130 palestras a escolas de Ensino Médio da região. Os públicos contemplados nestas ações foram alunos do 1º, 2º e 3º anos, pais e professores. Para além das atividades no espaço das escolas, é importante salientar que muitas ações com este público também aconteceram nos espaços da universidade. Visitas a laboratórios, ao museu e a outras unidades da instituição foram consideradas importantes em 2018.

## **Programa Sinergia de Comunicação Interna da FIDENE/UNIJUÍ**

No ano de 2018 o Programa Sinergia, a partir das orientações do posicionamento estratégico da Reitoria, deu sequência às ações de Endomarketing a partir do Conselho e do Comitê Sinergia. O Conselho Gestor do Programa é composto por representantes das Coordenadorias de Marketing, Coordenadoria de Recursos Humanos e Reitoria, e tem a responsabilidade de buscar estratégias mais eficazes de condução da área junto ao Comitê Sinergia, que é composto por representantes de todos os setores da FIDENE/UNIJUÍ, que são os "braços" do Programa na Instituição. A orientação de condução das atividades se deu a partir de ações adequadas com a atual estrutura funcional da Instituição.

De forma sintética, as principais ações do Programa, balizadas nos eixos de atuação estruturados desde a sua criação em 2007, foram as seguintes:

### **1. Eixo Comunicação**

Os canais de comunicação do Programa – e-mail [fideneacontece@uniju.br](mailto:fideneacontece@uniju.br), murais de recado do Portal (on-line) e dos setores (físico) – foram usados para disseminar as mais diferentes informações sobre as atividades desenvolvidas pelos Departamentos, mantidas e setores.

### **2. Eixo Relacionamento**

Tendo a comunicação como meio, buscou-se melhorar o entendimento do sistema social quanto às ações e importância do Programa, e, principalmente, humanizar as relações de trabalho, caracterizando a importância de todos, independentemente de sua unidade ou setor. Para a consecução disso, utilizou-se estratégias de endomarketing, sendo as principais no pilar de relacionamento, que focaram em algumas datas Comemorativas de cunho corporativo e cultural. As principais ações foram: Dia a Mulher (apoio à divulgação e participação interna na assistência e debate sobre o filme "As Sufragistas"); Dia do Trabalhador (cartão virtual); Dia do Amigo (reedição do Projeto "Amigo Solidário"); Dia do Gaúcho (apoio à programação da AFFI, no *Campus Ijuí* e a almoços de integração nos demais *campi*); Dia do Profissional em Educação (envio de cartão virtual); Dia do Homem (apoio à divulgação e participação em evento de prevenção à saúde); apoio às campanhas Outubro Rosa e Novembro Azul; e realização da Festa de Final de Ano da Fidene.

Cabe destaque a reedição do projeto "Amigo Solidário", alusivo ao Dia do Amigo, que transcorre em julho. Cada unidade/departamento/mantida foi desafiado a "adotar" uma instituição ou família carente para realizar alguma ação em seu benefício. O amigo solidário levou a marca da Fidene/Unijuí para o contato com milhares de pessoas por meio de boas ações, incentivando a cultura voluntária e colaborativa.

A Festa de Final de Ano da FIDENE, que, pelo segundo ano, é organizada apenas para os funcionários, sem a presença de familiares, em 2018 foi realizada no Centro de Eventos São Geraldo, no dia 22 de dezembro, a partir do meio-dia, e reuniu funcionários (docentes e técnicos) de todos os *campi* e setores, numa integração que contou com almoço organizado pelos setores, com subsídio institucional de carne, carvão, pão e refrigerante; fala institucional da Reitora; música e registros fotográficos que materializaram o momento de descontração e amizade existente entre os colaboradores.

**Projeto Integrar:** o projeto foi concluído em 2018 e cumpriu seu objetivo de aprimoramento das informações internas. Foram concluídas as apresentações dos setores, conduzidas pelos

respectivos agentes, possibilitando ao Comitê Sinergia ter conhecimento básico sobre todas as unidades da Instituição. Em cada reunião do Comitê foram apresentadas, pelo menos, duas unidades. Em 2018 foram conhecidas as seguintes: DCVida, DCEEng, DACEC, DEAg, Museu, Rádio, EFA, *Campi* Panambi, Santa Rosa e Três Passos, Biblioteca, Controladoria, Coordenadoria de Informática, Coordenadoria de Marketing, Coordenadoria de Recursos Humanos, Coordenadoria Financeira, Coordenadoria Patrimonial e de Serviços, Editora UNIJUÍ, Secretaria Acadêmica e Unidade de Educação Continuada.

### **3. Eixo Atendimento**

**Capacitações e Atualização:** coordenados pelo Núcleo de Desenvolvimento de Recursos Humanos e voltados ao grupo dos técnicos-administrativos e de apoio da Fidene/Unijuí, foram oportunizados mais de 60 cursos com o objetivo de capacitar e qualificar as competências técnicas e comportamentais. Desenvolvidos em diversas áreas, principalmente orientados ao atendimento e acolhimento aos diferentes público, comunicação interpessoal e postura profissional, planejamento, sistemas operacionais, entre outros, garantiram o aperfeiçoamento do corpo funcional da Instituição.

Os Agentes Sinergia participaram de encontros mensais para assistir às apresentações do Projeto Integrar, avaliar e replanejar as ações do Programa Sinergia.

### **Cultura**

Várias ações foram realizadas pela Coordenadoria de Marketing da UNIJUÍ para apoiar os eventos culturais da instituição. Destaca-se os Domingos no Campus, eventos em parceria com a UNIJUÍ FM e que, em 2018, foram inovadores na oferta diversificada de opções culturais para as famílias que vêm para o Campus da UNIJUÍ em Ijuí. Neste ano também realizamos uma atividade cultural no parque Tape Porã em Santa Rosa, levando para a comunidade atividades de recreação, brinquedos infláveis e show cultural com talentos locais.

Os grupos culturais Coral UNIJUÍ e Cia Cadagy também tiveram uma atenção especial, seja na promoção de seus espetáculos seja no apoio logístico e estruturante nas apresentações.