UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

NOME DO ALUNO

NOME DO ALUNO

NOME DO ALUNO

**TÍTULO DO TRABALHO**

JOÃO PESSOA

Ano de entrega

NOME DO ALUNO

NOME DO ALUNO

NOME DO ALUNO

**TÍTULO DO TRABALHO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Comunicação, Turismo e Artes, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr./ Me./ Esp. e nome

]

JOÃO PESSOA

Ano de entrega

**Inserir os Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – Ficha Catalográfica**

NOME DO ALUNO

NOME DO ALUNO

NOME DO ALUNO

**TÍTULO DO TRABALHO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Comunicação, Turismo e Artes, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Relações Públicas.

RESULTADO: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ NOTA: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

João Pessoa, \_\_\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof. Dr./ Me./ Esp. e nome (orientador)

Instituição

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof. Dr./ Me./ Esp. e nome (examinador)

Instituição

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof. Dr./ Me./ Esp. e nome (examinador)

Instituição

**DEDICATÓRIA (OPCIONAL)**

Elemento sem título e sem indicativo numérico. Seguir as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

**AGRADECIMENTOS (OPCIONAL)**

**EPÍGRAFE (OPCIONAL)**

Elemento sem título e sem indicativo numérico. Seguir as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

**RESUMO**

O resumo deve ser composto de uma sequência de frases concisas, afirmativas e não uma enumeração de tópicos, devendo ressaltar o objetivo, o método, os resultados e as conclusões do trabalho. A primeira frase deve ser significativa, explicando o tema principal do documento. A seguir, deve-se indicar a informação sobre a categoria do tratamento (Programa de Relações Públicas, etc.). Deve-se usar o verbo na voz ativa e na terceira pessoa do singular. Escrito em um único parágrafo, recomenda-se que sua extensão fique entre 150 a 500 palavras, cujo espaçamento entrelinhas deve ser simples (1 cm). Para mais informações consultar a ABNT – NBR 6028, ou substituta, vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

**Palavras-chave:** As palavras-chave devem figurar logo abaixo do resumo, separadas entre si por ponto e finalizadas também por ponto. Ex.: Relações Públicas. Serviço de atendimento ao consumidor. Redes sociais digitais.

**ABSTRACT**

O resumo deve ser traduzido para a língua inglesa.

**Key words:** as palavras-chave devem ser traduzidas para a língua inglesa.

**LISTA DE FIGURAS (OPCIONAL)**

**Figura 1 –** Título............................................................................................................... 15

**Figura 2 –** Título............................................................................................................... 26

**Figura 3 –** Título............................................................................................................... 33

**Figura 4 –** Título............................................................................................................... 45

**Figura 5 –** Título............................................................................................................... 56

- Seguir as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

- Elemento opcional, que deve ser elaborado de acordo com a ordem apresentada no texto, com cada item designado por seu nome específico, acompanhado do respectivo número da página. Quando necessário, recomenda-se a elaboração de lista própria para cada tipo de ilustração (desenhos, esquemas, fluxogramas, fotografias, gráficos, mapas, organogramas, plantas, quadros, retratos e outros).

**LISTA DE GRÁFICOS (OPCIONAL)**

**Gráfico 1 –** Título............................................................................................................... 15

**Gráfico 2 –** Título............................................................................................................... 26

**Gráfico 3 –** Título............................................................................................................... 33

- Seguir as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

- Elemento opcional, que deve ser elaborado de acordo com a ordem apresentada no texto, com cada item designado por seu nome específico, acompanhado do respectivo número da página. Quando necessário, recomenda-se a elaboração de lista própria para cada tipo de ilustração (desenhos, esquemas, fluxogramas, fotografias, gráficos, mapas, organogramas, plantas, quadros, retratos e outros).

**LISTA DE QUADROS (OPCIONAL)**

**Quadro 1 –** Título............................................................................................................... 15

**Quadro 2 –** Título............................................................................................................... 26

**Quadro 3 –** Título............................................................................................................... 33

- Seguir as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

- Elemento opcional, que deve ser elaborado de acordo com a ordem apresentada no texto, com cada item designado por seu nome específico, acompanhado do respectivo número da página. Quando necessário, recomenda-se a elaboração de lista própria para cada tipo de ilustração (desenhos, esquemas, fluxogramas, fotografias, gráficos, mapas, organogramas, plantas, quadros, retratos e outros).

**SUMÁRIO**

[1 INTRODUÇÃO 11](#_Toc458890024)

[2 PESQUISA INSTITUCIONAL 12](#_Toc458890025)

[2.1 DADOS CADASTRAIS DA ORGANIZAÇÃO-CLIENTE 12](#_Toc458890026)

[2.2 HISTÓRIA DA ORGANIZAÇÃO 12](#_Toc458890027)

[2.3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL 12](#_Toc458890028)

[2.4 ECONOMIA ORGANIZACIONAL E SEU MERCADO DE ATUAÇÃO 13](#_Toc458890029)

[2.5 ANÁLISE DOS PÚBLICOS DA ORGANIZAÇÃO 13](#_Toc458890030)

[2.6 ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL 14](#_Toc458890031)

[2.7 ANÁLISE DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO 15](#_Toc458890032)

[2.8 ANÁLISE DO CENÁRIO ORGANIZACIONAL. 15](#_Toc458890033)

[3 PESQUISA DE OPINIÃO 16](#_Toc458890034)

[4 DIAGNÓSTICO 17](#_Toc458890035)

[5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 18](#_Toc458890036)

[6 PROGRAMA DE RELAÇÕES PÚBLICAS 19](#_Toc458890037)

[7 RELATÓRIO DAS AÇÕES EXECUTADAS 20](#_Toc458890038)

[8 CONSIDERAÇÕES FINAIS 21](#_Toc458890039)

[REFERÊNCIAS 22](#_Toc458890040)

[APÊNDICE 23](#_Toc458890041)

[ANEXO 24](#_Toc458890042)

- Seguir as orientações da ABNT - NBR 6027, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# 1 INTRODUÇÃO

A introdução refere-se à contextualização integral do trabalho, em que se apresenta, de forma sumária, uma síntese do que foi realizado. Apesar de ser um texto inicial, deve ser redigido no momento da finalização do trabalho, com o objetivo de atingir a visão do todo. Ressalta-se a importância de abordar o tema, a justificativa, o objetivo geral, a metodologia e a finalidade do programa de Relações Públicas em questão.

# 2 PESQUISA INSTITUCIONAL

Tem como objetivo o levantamento de dados e informações sobre a organização alvo do estudo, visando a tomar conhecimento dos processos administrativos, da *performance* do sistema organizacional e acerca das relações estabelecidas com o macro e microambiente. Ressalta-se que nem todos os elementos aqui apontados irão corresponder à realidade da organização em estudo, assim, devem-se verificar junto ao orientador, os elementos a serem contemplados.

- O corpo do texto com as subdivisões correspondentes deve obedecer às orientações da ABNT - NBR 6024, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

- As citações devem obedecer às orientações da ABNT - NBR 10520, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

## 2.1 DADOS CADASTRAIS DA ORGANIZAÇÃO

Nome; razão social; setor de atuação; endereço; números de telefone da sede e filiais; horário de funcionamento; *home page*; perfis em *sites* de redes sociais.

## 2.2 HISTÓRIA DA ORGANIZAÇÃO

A reconstituição do passado da organização é necessária para se ter uma visão temporal e espacial de sua evolução. Esta visão permite apreender os diferentes comportamentos e práticas gerenciais adotadas pela empresa ao longo de sua existência, bem como identificar sua real situação institucional e mercadológica. É fundamental coletar dados de como e quando ela nasceu, por que e por quem foi fundada, qual foi sua evolução, as razões que determinaram o surgimento, contexto político-econômico-social na época do surgimento, inovações introduzidas ao longo do tempo em seus produtos/serviços/instalações, principais conquistas que obteve. Descrever quem são os principais dirigentes (perfil profissional, formação).

## 2.3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

a) Tipo de organização (pública, privada, Terceiro Setor, etc.); porte (podendo se basear na classificação do Sebrae); Perfil administrativo (tradicional, moderno, etc.);

b) Política de recursos humanos (benefícios, horários de trabalho, formas de recrutamento e seleção, estratégias de integração de novos funcionários, práticas de ensino-aprendizagem, avaliação do desempenho e critérios de promoção ou de concessão de prêmios, estímulos e incentivos); Corpo funcional (quantidade de homens e mulheres, faixa etária, escolaridade, média do tempo de permanência na organização, faixa salarial por funções, etc.);

c) Políticas administrativas e políticas de qualidade total (como está estabelecida e como influencia as atitudes dos funcionários e o sistema produtivo da organização; prêmios de qualidade conquistados; certificações recebidas pela série de normas ISO, etc.);

d) Políticas de atendimento aos clientes (princípios seguidos, assistência técnica, serviço de atendimento ao cliente – como está estruturado e como funciona);

e) Linhas de produtos ou serviços (descrever em um quadro todos os produtos/serviços);

f) Política de preços e vendas (como é definido o preço, margem de lucro por produto, sistema de vendas, entrega, etc.);

g) Sistema de produção e nível de informatização das áreas administrativas, de produção ou de prestação de serviços;

h) Organograma ou estrutura organizacional (os setores e suas atribuições, hierarquias, etc.);

i) Tipo (s) de planejamento executados (níveis, tipos e filosofias de planejamento adotadas);

j) Previsão de investimentos futuros (em qual área, porque, etc.).

## 2.4 ECONOMIA ORGANIZACIONAL E SEU MERCADO DE ATUAÇÃO

Analisar:

a) A situação econômica da organização (análise do faturamento, do balanço, etc.);

b) Descrição do setor em que opera (importância, características, força representativa, projeções e tendências feitas pelas associações de classe e por institutos de pesquisa (Ex. Nielsen Company, Ibope, etc.);

c) Posição da organização e de seus produtos no mercado (*ranking*, *Market Share*);

d) Principais concorrentes (diretos e indiretos), capacidade ou potencial da concorrência, vantagens da concorrência (pesquisa *benchmarking*, etc.).

## 2.5 ANÁLISE DOS PÚBLICOS DA ORGANIZAÇÃO

Descrever a importância da identificação e classificação dos públicos para o bom desempenho da organização e para a manutenção de relacionamentos interativos entre as partes. Atentar para os seguintes aspectos:

- Mapear todos os públicos;

- Descrever as características de cada público (breve perfil);

- Tipo de relacionamento existente;

- O estado de relacionamento existente (ativo, inativo, permanente, etc.);

- Conflitos existentes;

- Resultados esperados pela organização em estudo com relação aos públicos;

- Expectativas dos públicos em relação à organização em estudo.

## 2.6 ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL

Definir a cultura organizacional, de acordo com os elementos a serem analisados:

1. Princípios organizacionais (missão, objetivos, visão, valores, crenças, etc.) – conjunto de elementos que determinam o planejamento estratégico da organização, fornecendo o direcionamento necessário para que ela atinja o patamar que deseja no mercado. Caso a organização não os tenha formalizado, recomendam-se identificar os princípios e pressupostos que regem a organização por meio de entrevistas, pesquisas e/ou observação dos ambientes interno e externo, a fim de sugeri-los à organização em estudo, no programa de Relações Públicas. Alguns questionamentos auxiliam na análise, a saber: quem os definiu, quando foram definidos, se são coerentes, consistentes, claros e permanentes, como são divulgados aos públicos, etc.
2. Mitos e sagas – refletem as interpretações compartilhadas sobre eventos críticos ocorridos na organização. Contêm o conhecimento do passado, descrito de maneira estilizada; eles expressam relacionamentos entre as variáveis ambientais/organizacionais e as personalidades, mostrando como as *performances* e as decisões estão ligadas.
3. Os símbolos, as cerimônias e rituais – são usados para expressar a especial significância e sentido de ideias ou indivíduos. Símbolos como os logotipos organizacionais, os hinos e as bandeiras significam comprometimentos fundamentais e eternos da organização e auxiliam a comunicar esses comprometimentos aos seus membros, bem como ao público em geral. Cerimônias especiais, como distribuição de prêmios e honrarias, jantares, reuniões anuais, etc.
4. Tipo de cultura – afiliativa, tradicional/familiar, moderna, punitiva, construtiva/proativa, passiva/reativa, agressiva, orientada pela cultura do poder, orientada pela cultura de papéis, orientada pela cultura da tarefa, orientada pela cultura da pessoa, etc. Explicar a influência da cultura sobre a estrutura e o desempenho da organização e sobre seus empregados.
5. Relação entre a cultura e o clima organizacional – como os benefícios e política salarial afetam o clima organizacional. O nível de motivação e satisfação dos funcionários, nível de pressão e cobrança, nível de comprometimento para com a empresa, nível de credibilidade dos funcionários em relação às chefias e vice-versa, bem-estar e qualidade de vida dos colaboradores, programas de responsabilidade social e cidadania corporativa, trabalho em equipe e valorização profissional (sistemas de punição e reconhecimento), sistema de decisão adotado pelas chefias, etc.
6. Análise do comportamento ético e socioambiental da organização – código de ética, comportamento ético nos negócios, manual do funcionário, política da organização em relação à ecologia, defesa do meio ambiente e outras questões sociais e políticas, comprometimento em relação à qualidade dos produtos, relacionamento com os clientes, relacionamento com fornecedores e concorrentes, observância às leis, etc.

## 2.7 ANÁLISE DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO

Verificação do sistema e da eficácia da comunicação da organização com seus públicos, observando os seguintes elementos: existência de departamento/setor de comunicação (se houver, descrever como está estruturado, funcionamento, resultados apresentados) ou assessoria externa. Caso a organização não desenvolva um trabalho de comunicação estruturado, evidenciar como ela lida com os meios de comunicação de seu interesse. Valor atribuído às políticas de comunicação com os públicos, se o sistema de comunicação adotado é adequado às necessidades e gera resultados, estruturação da comunicação interna (responsável, instrumentos/canais/plataformas utilizados, objetivos, periodicidade, qualidade, os fluxos formais e informais, etc.), estruturação da comunicação institucional e externa, nível de satisfação, *feedback* dos públicos em relação à comunicação construída pela organização, investimentos em comunicação, verba disponível para a comunicação, etc. Manual de identidade corporativa.

## 2.8 ANÁLISE DO CENÁRIO ORGANIZACIONAL.

Realizar a análise dos ambientes interno e externo. Uma das ferramentas mais utilizadas é a análise de SWOT.

# 

# 3 PESQUISA DE OPINIÃO

Conjunto de atividades que têm por finalidade a descoberta de novas informações sobre os fatores internos e externos que compõem, transformam, influenciam e conduzem o universo organizacional. A pesquisa deve contemplar:

- Introdução;

- Justificativa;

- Problematização;

- Objetivos;

- Hipóteses;

- Metodologia;

- Cronograma;

- Orçamento;

- Análise dos resultados;

- Considerações finais da pesquisa.

- O corpo do texto com as subdivisões correspondentes deve obedecer às orientações da ABNT - NBR 6024, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# 4 DIAGNÓSTICO

Trata-se de tecer análise crítica do cenário da organização em estudo, a partir das informações levantadas pela pesquisa institucional e por outra(s) pesquisa(s) realizada(s), destacando objetivamente os problemas identificados.

# 5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Consiste em embasar teoricamente o tema do trabalho, tendo como ponto de partida a natureza da organização em estudo e os problemas diagnosticados. Além disso, ressalta-se a importância de levar em consideração os conceitos que embasam as ações propostas no Programa de Relações Públicas, construindo conexão entre as partes do trabalho.

- O corpo do texto com as subdivisões correspondentes deve obedecer às orientações da ABNT - NBR 6024, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# 6 PROGRAMA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Deve-se apresentar o princípio comunicacional norteador do plano de ações, atentando-se para o alinhamento e a sinergia para com os princípios organizacionais. Por sua vez, isto é possível a partir da elaboração da missão da comunicação.

Em seguida, deve-se apresentar o projeto das ações, tendo em vista os problemas pontuados no Diagnóstico. A estrutura das ações, nesse sentido, contempla:

- Título (seguido por um texto de apresentação da ação);

- Justificativa;

- Objetivos geral e específicos;

- Público(s);

- Estratégia (o texto deve apresentar as especificidades e os detalhes técnicos sobre a ação);

- Forma(s) de avaliação e mensuração de resultados;

- Orçamento;

- Cronograma.

- O corpo do texto com as subdivisões correspondentes deve obedecer às orientações da ABNT - NBR 6024, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# 7 RELATÓRIO DAS AÇÕES EXECUTADAS

Esta seção se destina ao relato das ações executadas após o planejamento, apontando em que medida os objetivos traçados foram alcançados ou não. A avaliação pode ser feita de forma quantitativa e/ou qualitativa. É importante:

- Apresentar um texto explicativo, mostrando o que foi desenvolvido e seus efeitos;

- Apresentar um cronograma com os prazos que foram cumpridos;

- Apresentar fotos e/ou outras ilustrações.

- O corpo do texto com as subdivisões correspondentes deve obedecer às orientações da ABNT - NBR 6024, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Última seção do texto em que se avalia e reflete sobre todo o trabalho realizado. É oportuno fazer o relato sucinto de toda a experiência vivida, desde a formação do grupo até o término do trabalho. Cabe, assim, realizar uma reflexão sobre as dificuldades encontradas, os êxitos alcançados e as perspectivas de melhorias e/ou soluções que poderão ser atingidas no futuro.

É aconselhável, nesta parte, fazer recomendações ou sugestões para o desenvolvimento de algumas propostas pendentes ou mesmo a elucidação de outras questões e/ou necessidades que vieram à tona no decorrer da realização do trabalho.

# REFERÊNCIAS

Esta seção deve conter as referências das obras citadas e materiais utilizados em conformidade com as orientações da ABNT NBR 6023, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# APÊNDICE

Elemento opcional, devendo ser apresentado em conformidade com as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.

# ANEXO

Elemento opcional, devendo ser apresentado em conformidade com as orientações da ABNT - NBR 14724, ou substituta, desde que vigente no período em que o trabalho estiver sendo realizado.