



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2020: FEIRA DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA DA UFRGS - FINOVA
<b>Ano</b>	2020
<b>Local</b>	Virtual
<b>Título</b>	Estudo do processo de comunicação do NITEC
<b>Autor</b>	STEPHANIE LOUISE MAUHS
<b>Orientador</b>	PAULO ANTONIO ZAWISLAK

## RESUMO

### **TÍTULO DO PROJETO: Estudo do processo de comunicação do NITEC**

Aluno: Stephanie Louise Mauhs

Orientador: Paulo Zawislak

### **RESUMO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELO BOLSISTA**

O objetivo deste projeto visa o estudo do processo de comunicação do Núcleo de Estudos em Inovação - NITEC, através de um estudo sobre *branding* e posicionamento de marca. *Branding* é a gestão das estratégias de uma marca que envolve ações relacionadas a propósito, valores, identidade e posicionamento. Uma marca precisa ser planejada, estruturada e gerida e para torná-la mais presente no mercado. O posicionamento da marca está dentro das ações do *branding*, e está ligado aos valores da organização e com a impressão que deseja construir junto ao público. Foi desenvolvido um questionário interno para analisar se a imagem que a organização transmitia se encaixava na imagem desejada. Nele foram levantadas questões sobre a percepção de cada membro sobre a identidade do grupo e como gostariam que o público o percebesse, seu diferencial, como ajuda a comunidade e qual o principais desafios. Foi percebido que o grupo possuía alto conhecimento e potencial intelectual, mas que a imagem transmitida era de um grupo passivo e que não conseguia comunicar todo seu conhecimento; característica que confrontava a imagem desejada, que era de ser ativo, dinâmico e reconhecido. Identificados as visões e os ideais do grupo foi possível trabalhar em cima de uma metodologia, visando maior comunicação e ação nas redes, disponibilizando conteúdo de forma mais simples e eficaz. Nesse momento está sendo realizado um estudo mais aprofundado referente às mídias para melhorar a atuação em cada uma, realizando uma gestão no cenário digital a fim de atrair clientes e construir novos relacionamentos. Já foi percebido um maior engajamento com o público que vem crescendo e ganhando profundidade gradualmente. Ainda há muitos obstáculos para serem analisados, mas o grupo está trabalhando nisso para alcançar resultados mais significativos.