

PLANO DE COMUNICAÇÃO

INESC TEC



2016



**INESCTEC**  
TECNOLOGIA E CIÊNCIA  
LABORATÓRIO ASSOCIADO

BALANÇO DA ATIVIDADE DE 2015

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO PARA 2016

ANÁLISE SWOT DA COMUNICAÇÃO E IMAGEM

CALENDARIZAÇÃO DE AÇÕES

#### SERVIÇO DE COMUNICAÇÃO

Sandra Pinto | Rita Pacheco | Eunice Oliveira | Joana Coelho | Sofia Sá | Rita Mendes

INESC TEC | Campus da FEUP | Rua Dr. Roberto Frias | 4200-465 Porto | Portugal | scom-global@inesctec.pt | 22 209 4214 | 934 224 331

1. Introdução.....	2
2. Balanço da atividade de comunicação de 2015 .....	3
3. Análise SWOT da comunicação e imagem .....	6
4. Objetivos globais para 2016.....	9
5. Ações de comunicação, calendário e públicos .....	10
6. Calendarização e equipa .....	22

## 1. INTRODUÇÃO

Para a elaboração deste plano foram considerados o atual contexto do INESC TEC e as condicionantes previstas para 2016. A abordagem escolhida teve ainda em conta os resultados da “Avaliação aos Serviços de Apoio do INESC TEC” e as sugestões apresentadas no inquérito BIP de 2015.

Após uma breve avaliação das atividades desenvolvidas pelo Serviço de Comunicação em 2015, descrevem-se os objetivos de comunicação para 2016, devidamente alinhados com o projeto-bandeira do INESC TEC, ao nível da comunicação, para o ano que agora começa: a criação de um novo *website*.

A análise do perfil do INESC TEC, identificando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da Comunicação e Imagem, permite adequar as ações aos objetivos, potenciando as possibilidades e minimizando os riscos.

Considerado um instrumento valioso para o funcionamento eficiente da comunicação numa instituição, o plano de comunicação deve ser executado o mais rigorosamente possível e a sua implementação deve ser avaliada, findo o período previsto.

## 2. BALANÇO DA ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO DE 2015

Uma análise cuidada às atividades realizadas em 2015 leva-nos a concluir que as ações empreendidas contribuíram para a afirmação da imagem do INESC TEC e para o reconhecimento do seu papel preponderante na I&DT nacional e internacional. Nomearemos a seguir apenas as que nos parecem merecer um maior destaque.

- Os esforços empreendidos na atividade de **ASSESSORIA DE IMPRENSA** no sentido de alcançar uma maior visibilidade nos órgãos de comunicação social originaram uma presença mais sustentada do INESC TEC nos principais *media* de Portugal. Um serviço de monitorização (*clipping*) contratado para o efeito contabilizou 882 notícias em 2015, mais 578 do que no ano anterior. Foi ainda registado um retorno AAV - *Automatic Advertising Value* próximo dos 4 milhões de euros (€3.778.471,01). Todavia, mais do que a quantidade, importa destacar que muitas das notícias resultantes do trabalho de assessoria foram divulgadas em meios considerados prioritários para o INESC TEC, tais como o Público, Expresso, Observador, Sol, Vida Económica, Jornal de Negócios, Diário Económico, Dinheiro Vivo e Oje nos meios impressos; RTP1, RTP2, RTP3 e SIC nas televisões; e TSF, Renascença e Antena 1 nas rádios.
- Os eventos organizados no âmbito da comemoração dos 30 anos conferiram grande visibilidade e prestígio à instituição, tendo-se revelado instrumentos importantes para projetar a imagem do INESC TEC a um nível nacional e mostrar o seu impacto económico e social. De destacar a produção de uma série de **30 DOCUMENTÁRIOS** exibidos na televisão (RTP3) e disseminados em multiplataforma, a estreia de um ciclo de fóruns INESC TEC – **FÓRUM “INESC TEC DO OUTONO”**, que em 2015 se denominou “Economia, Investigação, Desenvolvimento e Inovação”, e ainda a **CONFERÊNCIA “INSTITUIÇÕES DE INTERFACE NO SISTEMA DO ENSINO SUPERIOR”**, que abordou a intervenção destas instituições no desenvolvimento económico e social de Portugal.
- Direcionado a um público mais jovem foi organizado, também no âmbito do 30º aniversário, **“O EFEITO EUREKA”**, um evento de carácter irreverente e *out of the box* vocacionado para estudantes de pós-graduação da U. Porto, aberto também à U.Minho, UTAD e IPP, que contou com concursos, *talks* e um desafio social.
- Ainda enquadrado na comemoração dos 30 anos, teve um impacto assinalável o **CONCERTO A.BEL – NOVA MÚSICA INTERATIVA**, uma estreia mundial que celebrou o impacto da tecnologia na música e reuniu cerca de 800 pessoas na Casa da Música. De destacar ainda a colaboração com a Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP), materializada na **EXPOSIÇÃO “EVIDÊNCIA DA IMAGEM TECNOLÓGICA”** com vertentes de fotografia, banda desenhada e intervenção de luz.
- Com o objetivo de promover o convívio entre os colaboradores do INESC TEC e reforçar a coesão interna no ano da comemoração dos 30 anos, foi organizado um **ENCONTRO ABERTO A FAMÍLIAS** que juntou cerca de 250 pessoas na Quinta da Eira em Penafiel.
- Com a alteração dos estatutos e da denominação do INESC Porto para INESC TEC em maio de 2015, deu-se um **NOVO IMPULSO NO PROCESSO DE REBRANDING**, num esforço de eliminar referências ao INESC Porto nos mais diversos suportes, assumindo-se agora em definitivo a marca INESC TEC. As versões do logótipo INESC Porto e da assinatura gráfica combinada INESC TEC/INESC Porto foram assim descontinuadas.

- Organização da participação do INESC TEC em **EVENTOS QUE PROMOVERAM A SUA IMAGEM NO EXTERIOR**, como foi o caso do Fórum do Mar, Green Business Week, Blue Business Fórum, ICT 2015, ISAP 2015, TechDays Aveiro, Open Day CTM ou Workshop “Mobilidade, Transportes e Logística”. Nestes eventos, com maior ou menor envolvimento, o Serviço de Comunicação teve a seu cargo, entre outras, as tarefas da assessoria de imprensa e contacto com jornalistas, produção de suportes de comunicação e cobertura fotográfica.
- Apoio à Administração e Serviços do INESC TEC, incluindo a conceção de **SUPORTES DE COMUNICAÇÃO**, como foi o caso do documento “Destaques da Atividade”, uma compilação da atividade mais importante desenvolvida pelo INESC TEC no ano de 2014, baseada em notícias e destaques extraídos do Boletim do INESC TEC (BIP), bem como notas de imprensa divulgadas em 2014.
- No **APOIO AOS CENTROS DE I&D** destacam-se as tarefas de definição de imagem corporativa e comunicação aplicadas aos projetos UPGrid e AnyPLACE (CPES), Rede EEN (CITE) e Bluecom+ (CTM). De referir ainda a produção de filmes promocionais tais como o vídeo 3Port para o CSIG, vídeos Explore para o CESE, vídeo TEC4 para o SAPE, ou vídeo EDP para o CPES.
- Acompanhamento de **VISITAS DE EMPRESAS/INSTITUIÇÕES** ao INESC TEC, como foi o caso da visita do Cluster Gaia, da delegação de Universidades Jordanas, ou de candidatos a deputado. O apoio prestado pelo Serviço de Comunicação passou pela preparação de material promocional a ser entregue, registo fotográfico e redação de notícias para o BIP e portal de notícias da U.Porto.
- **SUPERVISÃO DA CORRETA APLICAÇÃO DAS REGRAS DE PUBLICITAÇÃO** no que diz respeito aos projetos financiados e artigos científicos. O Serviço de Comunicação assume a tarefa de esclarecer dúvidas e validar o correto uso dos logótipos obrigatórios e das referências aos fundos de financiamento aplicadas a artigos, publicações e outros documentos de divulgação.
- Manteve-se igualmente o empenho na colaboração com a Ciência Viva na **DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA AOS MAIS JOVENS**, nomeadamente através do acolhimento de alunos na iniciativa Ocupação Científica nas Férias – Jovens Ciência Viva nos Laboratórios para um estágio científico intitulado “À descoberta do meu lado empreendedor”.
- De destacar ainda, entre as atividades de sensibilização dos jovens para a área da ciência – **VERTENTE DE COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA** –, a participação institucional em eventos como a Semana Profissão Engenheiro da FEUP e a Mostra da U.Porto.
- De referir também o **PATROCÍNIO DO INESC TEC** a eventos como o 1st Doctoral Congress in Engineering (DCE2015), BIN@Porto 2015, 18th IEEE International Conference on Computational Science and Engineering (CSE-2015), 13th IEEE/IFIP International Conference on Embedded and Ubiquitous Computing (EUC 2015) ou o XVII Fórum da Indústria Têxtil. Nestes eventos o Serviço de Comunicação tratou das contrapartidas oferecidas aos patrocinadores, nomeadamente organização de *stand* institucional, envio de logótipo e suportes de comunicação e angariação de oradores.
- Com o objetivo de **REFORÇAR A COESÃO INTERNA**, o Serviço de Comunicação continuou a promover em 2015 a realização de atividades de grupo, tais como o concurso de fotografia, torneio de futebol, magusto e convívio de Fim de Ano com lanche multicultural.

- A **PRODUÇÃO MENSAL DO BIP** - Boletim do INESC TEC, disponível em português e inglês no *website* do INESC TEC e divulgado trimestralmente na sua versão inglesa para Universidades de 25 países, afirma-se como um dos instrumentos mais eficazes de que a instituição dispõe atualmente para comunicar com o exterior. Contagens de acessos ao BIP pelo sistema de geração de estatísticas AWStats permitem aferir o impacto real que este instrumento de comunicação tem. No ano de 2015, por exemplo, o BIP recebeu visitas de 139 países, sendo os mais frequentes Portugal, China, EUA, França, Brasil e Alemanha, num total de 475.908 páginas vistas e de 68.151 visitantes.
- Importa também referir o projeto de seguimento da trajetória dos antigos colaboradores do INESC TEC nas empresas nacionais e internacionais. O **CONNECT INESC TEC** junta em rede, visível para o exterior através de um *website* e de página no LinkedIn, 258 antigos colaboradores, espalhados por 23 países, que podem manter-se atualizados sobre as novidades do INESC TEC e comunicar entre si. Acima de tudo, este projeto procura potenciar relações de cooperação e novas parcerias com algumas das empresas/instituições onde estão agora colocados os antigos colaboradores do INESC TEC.
- Considerando que cada vez mais os *media* recorrem aos investigadores para realizar entrevistas e reportagens, o Serviço de Comunicação organizou uma **SESSÃO DE MEDIA TRAINING** para reforçar as competências comunicacionais dos investigadores do INESC TEC.
- Atualização da **PÁGINA WEB** do INESC TEC em português e inglês: inclusão diária de notícias, eventos e notas de imprensa no *website*. De recordar que este é um dos instrumentos mais válidos e eficazes de que a instituição dispõe atualmente para comunicar com o exterior. O Serviço de Comunicação recebe diariamente questões, pedidos e sugestões enviados através do *website*, alguns deles com potencial suficiente para se converterem em propostas efetivas de cooperação ou iniciativas conjuntas com empresas.
- Apoio à Administração, Centros e Serviços do INESC TEC ao nível da **TRADUÇÃO E REVISÃO DE TEXTOS** (Português>Inglês e Inglês>Português) nas diferentes áreas de investigação, incluindo documentos relacionados com projetos ou outros trabalhos de índole científica.
- **ACOLHIMENTO DE ESTAGIÁRIOS** do 4º ano do curso de Design de Comunicação da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP), no âmbito do protocolo estabelecido há vários anos com aquela instituição de ensino.

### 3. ANÁLISE SWOT DA COMUNICAÇÃO E IMAGEM

Com vista a definir as áreas de intervenção prioritárias para o Serviço de Comunicação, começa-se por uma análise SWOT da Comunicação e Imagem no INESC TEC:

#### COMUNICAÇÃO EXTERNA

##### *Forças*

- ✓ Caso se consiga dar continuidade ao impulso verificado na assessoria de imprensa em 2015, este poderá contribuir para o reforço da nova marca INESC TEC nos órgãos de comunicação social e, numa visão mais alargada, nos parceiros, clientes e no público em geral.
- ✓ O Boletim do INESC TEC (BIP), divulgado junto de públicos especializados (universidades, centros de I&D, empresas) e trimestralmente em inglês para 25 países, transmite uma imagem coerente e reforça o posicionamento de inovação. Este órgão constitui-se também muitas vezes como fonte de informação para os jornalistas que recebem o *mailing* mensal da sua divulgação.
- ✓ A presença do INESC TEC nas Redes Sociais – Facebook, LinkedIn, YouTube e Twitter – constitui um ponto forte da comunicação externa favorecendo a divulgação, por vezes viral, das principais atividades de I&D e sucessos alcançados pela instituição.

##### *Fraquezas*

- ✓ O *website* do INESC TEC, que devia ser um meio privilegiado de divulgação da imagem da instituição, é pouco apelativo ao nível gráfico e continua a não disponibilizar informação suficientemente organizada e atualizada sobre as atividades mais estratégicas e os últimos resultados de I&D.
- ✓ Por vezes os responsáveis dos projetos/resultados a divulgar não mostram um especial cuidado em tornar a linguagem menos técnica e mais acessível ao cidadão comum, nem em estabelecer analogias com a realidade. Daí resulta ainda uma inerente dificuldade na criação de uma relação de empatia com os jornalistas. Também se verifica frequentemente um maior interesse por parte dos investigadores em divulgarem iniciativas com menor potencial mediático, tais como *workshops* ou seminários, em detrimento de resultados de projetos com impacto económico e social.
- ✓ Algumas iniciativas e atividades com interesse mediático acabam por perder a oportunidade de serem divulgadas em tempo útil devido a dificuldades de tempo e agenda dos responsáveis de Centro ou Área que devem validar as notas de imprensa. Acontece ainda por vezes que estes mesmos responsáveis não estão sensibilizados para a importância de comunicar os resultados e por isso não facilitam a tarefa do Serviço de Comunicação no sentido de fornecerem os dados necessários à elaboração de uma nota de imprensa.

#### Oportunidades

- ✓ A ampliação da rede INESC TEC com a recente integração de novos Centros potencia a atração de mais e melhores investigadores. Este facto, aliado à expansão da atividade do INESC TEC para o Brasil e outros países da América do Sul, favorece o crescente interesse dos *media* e de possíveis parceiros.
- ✓ A recente segmentação da atividade do INESC TEC em diversos TEC4, iniciativas multidisciplinares que respondem de forma mais estruturada e eficaz às necessidades do mercado, potencia um maior impacto junto de potenciais parceiros e também dos *media*, em particular os especializados.
- ✓ A consolidação da atividade nas diversas áreas dos Centros e, em alguns casos, a conquista de um estatuto de referência, tornam o INESC TEC cada vez mais reconhecido no meio como uma instituição de prestígio, credível e de renome, sendo os seus projetos de I&D, na sua maior parte, de interesse geral para a comunidade. Para esta notoriedade contribuem ainda os cargos acumulados por administradores e coordenadores do INESC TEC noutras atividades de referência.
- ✓ A emergência de novas competências que resultam da adesão de novos grupos ao INESC TEC, nomeadamente o Centro de Investigação em Engenharia Biomédica, que investiga numa área com elevado potencial de mediaticidade, e a exploração de novas áreas ampliam a notoriedade e a reputação da instituição, contribuindo para associações favoráveis junto de *targets* especializados.

#### Ameaças

- ✓ Apesar da alteração da denominação de INESC Porto para INESC TEC, ainda existe confusão entre os jornalistas quando que se referem à nossa instituição. Esta confusão, agravada quando se trata de jornalistas que escrevem ou realizam reportagens sobre o INESC Porto há vários anos, favorece a dispersão da atenção positiva que se podia capitalizar para o INESC TEC.
- ✓ Tem vindo a ocorrer nos últimos anos uma redução significativa das secções dedicadas à Ciência e Tecnologia em publicações generalistas de renome, em especial nas edições impressas, sendo por isso cada vez mais difícil colocar notícias sobre a atividade de instituições como o INESC TEC nos espaços mais genéricos destes órgãos.
- ✓ Existe muitas vezes o risco de se promoverem projetos mais sensíveis, cuja divulgação pode inviabilizar novas iniciativas e parcerias, especialmente quando a mensagem é difundida de forma menos rigorosa pelos *media*.

## COMUNICAÇÃO INTERNA

#### Forças

- ✓ O Convívio de Fim de Ano, que inclui usualmente um lanche multicultural com uma forte adesão de colaboradores portugueses e estrangeiros, assume-se atualmente como a atividade de convivência interpessoal mais relevante no INESC TEC. De realçar ainda as iniciativas criadas em torno do BIP, tais como o Concurso de Fotografia e o Magusto, e ainda o Torneio de Futebol, que potenciam a integração de todos os Centros na cultura do INESC TEC e reforçam em todos o sentimento de pertença.

- ✓ O Boletim do INESC TEC (BIP) continua a encontrar uma adesão muito expressiva junto dos colaboradores. Este acolhimento positivo tem-se manifestado através da participação na produção mensal do BIP, contribuindo os colaboradores com novas ideias, notícias e artigos de opinião. Também as Redes Sociais se têm assumido ultimamente como um importante meio de comunicação interna.
- ✓ A organização de sessões internas de apresentação das atividades dos Centros de Investigação, como é o caso dos Open Days do CTM e do HASLab, CRACS, LIAAD e HASLab Seminars que, independentemente da adesão, constituem uma importante ferramenta de comunicação ao potenciar a partilha de informação sobre determinada área.

#### *Fraquezas*

- ✓ A distribuição dos colaboradores por diferentes Centros, a maior parte das quais com uma acentuada subcultura própria, e a conseqüente dispersão pelos espaços da FEUP, FCUP, ISEP, U.Minho e da UTAD dificulta o contacto pessoal e a convivência diária.
- ✓ Por vezes, há pouca sensibilidade para divulgar oficialmente as notícias internas, como novos procedimentos administrativos ou novos cargos, por exemplo. Também não se têm comunicado de uma forma global os objetivos e as estratégias da instituição para cada ano. Esta atitude facilita a distorção da informação, fazendo com que, por vezes, os colaboradores se sintam à margem das decisões da instituição.
- ✓ Com exceção do Convívio de Fim de Ano, Torneio de Futebol e do Magusto, continua a haver poucos eventos institucionais que promovam o convívio interpessoal e o intercâmbio de ideias entre a maioria dos colaboradores.

#### *Oportunidades*

- ✓ A cada vez maior interdisciplinaridade entre centros de I&D materializada pelo desenvolvimento conjunto de projetos favorece a comunicação entre colaboradores e a possibilidade de cooperação em trabalhos futuros.
- ✓ Os contactos privilegiados com os serviços de comunicação da U. Porto, FEUP, FCUP, bem como a U.Minho, a UTAD e o ISEP, onde o INESC TEC tem polos, permitem uma eficaz troca de informações de modo a que os colaboradores desses mesmos polos se sintam informados e incluídos. De referir ainda a colocação semanal de notícias sobre o INESC TEC no portal da U.Porto.

#### *Ameaças*

- ✓ Apesar dos esforços de comunicação da arquitetura do modelo do Laboratório Associado aos colaboradores, a perceção do que somos e dos objetivos que pretendemos alcançar no futuro é por vezes incorreta. Por exemplo, mesmo com diversas notícias divulgadas via BIP, e-mail e sinalética interna, muitos colaboradores ainda não compreendem o posicionamento dos diferentes Centros no seio do Laboratório Associado.



#### 4. OBJETIVOS GLOBAIS PARA 2016

Se 2015 foi o ano da comemoração dos 30 anos por excelência, tendo sido marcado por uma diversidade de iniciativas que geraram notoriedade e prestígio para o INESC TEC, é intenção do Serviço de Comunicação, em consonância com a Administração e em estreita colaboração do Serviço de Informática de Gestão, que 2016 seja, ao nível da comunicação, o ano do **NOVO WEBSITE**.

Com data de 2006, o atual *website*, um dos mais poderosos cartões de visita de qualquer instituição, revela-se manifestamente ultrapassado ao nível estético e de imagem, mas verifica-se sobretudo que não responde às atuais necessidades do Instituto em relação à divulgação das suas competências, atividades e resultados. O crescimento exponencial do INESC TEC e a sua progressiva multidisciplinaridade não se encontram, efetivamente, refletidos no *website*.

A renovação do *website* deverá ser também estendida também ao Boletim do INESC TEC (BIP) e prevê-se que sejam igualmente criadas regras ao nível da imagem gráfica para *websites* de centros, projetos e grupos do INESC TEC.

Outras metas a trabalhar, no que diz respeito à comunicação externa, passam pelo reforço da presença do INESC TEC nos **MEDIA** e nas **REDES SOCIAIS**, bem como pela dinamização da **VERTENTE MULTIMÉDIA**, através da produção de vídeos e infografias, uma das tendências atuais do marketing digital.

De facto, uma das ideias-chave que resultou da “Avaliação aos Serviços de Apoio do INESC TEC” em relação ao Serviço de Comunicação foi a necessidade de se implementar uma comunicação mais dinâmica e visual, com recurso a novas tecnologias e reforço das competências ao nível do design gráfico e do multimédia.

Também os resultados do inquérito sobre o BIP aplicado em 2015 vão no sentido de se apostar numa vertente mais interativa e baseada em vídeo neste importante veículo de informação.

Em relação aos *media* procurar-se-á não só aumentar o impacto do INESC TEC nos *media* nacionais, como dar início ao alargamento sustentado da área de divulgação para os *media* internacionais, em particular da Europa e América Latina. Já no que diz respeito às Redes Sociais, prevê-se a criação de páginas do INESC TEC no Google + e Instagram, mantendo-se a dinamização da presença no Facebook, Youtube, LinkedIn e Twitter.

A vertente multimédia será reforçada com a produção de novos vídeos e infografias sobre os resultados e tecnologias INESC TEC, que serão divulgados no *website*, BIP e Redes Sociais, mas também nas notas de imprensa, feiras e exposições.

Ao nível da imagem institucional será feita uma **REVISÃO AO MANUAL DE IMAGEM** e criados **NOVOS SUPORTES DE COMUNICAÇÃO**, em particular uma nova apresentação editável e uma revista impressa dedicada aos TEC4, com o objetivo de projetar a imagem do INESC TEC juntos dos seus parceiros e *stakeholders*. Procurar-se-á igualmente reforçar a identidade do edifício sede INESC TEC no campus da FEUP.

No que diz respeito à comunicação interna as novidades para 2016 são o lançamento de uma **TV INTERNA** que permitirá divulgar as novidades do INESC TEC com os colaboradores do edifício sede, a criação de uma **SESSÃO MENSAL DE ACOLHIMENTO AOS NOVOS COLABORADORES**, partilhada com o serviço de Recursos Humanos, e ainda a organização de um **CONVÍVIO INTERNO** para colaboradores, à semelhança do evento interno dos 30 anos, que passará a ter uma periodicidade anual.

## 5. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, CALENDÁRIO E PÚBLICOS

Considerando então os objetivos globais mencionados no ponto anterior, o Serviço de Comunicação procurará desenvolver em 2016 as seguintes ações-chave:

### 5.1 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

A visão estratégica do INESC TEC para o período de 2015-2020 segue a premissa “Melhor Ciência para maior Relevância Social”, considerando-se o impacto que os resultados da I&D avançada do INESC TEC podem ter na sociedade, em estreito alinhamento com a indústria portuguesa. Neste ponto é fundamental a comunicação externa dos resultados alcançados ao nível da investigação avançada e altamente inovadora levada a cabo pelo INESC TEC. Os instrumentos passam fundamentalmente pela criação de um novo *website* e pelo reforço da divulgação via *media*, Redes Sociais e a aposta na vertente multimédia.

#### 5.1.1 NOVO WEBSITE

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Renovar a imagem gráfica e reorganizar a estrutura do <i>website</i> do INESC TEC	Conceber um <i>website</i> ao nível da excelência do INESC TEC, que seja esteticamente apelativo e mais funcional/eficaz para potenciais parceiros e clientes.  Em articulação com Serviço de Informação e Gestão (SIG).	Entre fevereiro e dezembro	Geral  Empresas  Parceiros
Renovação da imagem gráfica e reorganização da estrutura do BIP	Conceber uma nova imagem gráfica para o BIP que esteja alinhada com a do novo <i>website</i> .	Entre setembro a dezembro	Geral  Empresas  Parceiros
Integração e standardização de <i>websites</i> de centros, grupos e projetos	Há uma grande dispersão de <i>websites</i> de centros e projetos com assinalável incoerência de imagem. É importante fazer-se o levantamento destes <i>websites</i> e garantir a uniformização possível ao nível de imagem.	Entre outubro e dezembro	Geral  Empresas  Parceiros

5.1.2 MEDIA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Assessoria Imprensa nacional e <i>clipping</i>	<p>Dar continuidade à uma estratégia de gestão da divulgação de informação que tem vindo a ser seguida, com a negociação de exclusivos nos <i>media</i> considerados mais relevantes, com vista a obter-se uma maior notoriedade e reconhecimento público.</p> <p>Elaboração de relatório anual de <i>clipping</i> (recortes de imprensa e reportagens de rádio e televisão) relativo ao INESC TEC.</p>	<p>Ao longo do ano</p> <p>Janeiro</p>	<p><i>Media</i></p> <p>Público em geral</p>
Assessoria de imprensa internacional	<p>No último ano houve necessidade, por parte de alguns projetos, em divulgar internacionalmente resultados. O <i>know how</i> da mediatização internacional tem, no entanto, de ser adquirido e profissionalizado, de modo a serem atingidos os resultados pretendidos. Nesse sentido, justifica-se a compra de bases de dados de órgãos de comunicação social nos mercados-alvo estratégicos para o INESC TEC (Brasil e alguns países da América Latina) e investimento na monitorização de <i>clipping</i> de cada vez que uma nota de imprensa for divulgada nesses países.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Universidades</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>

5.1.3 REDES SOCIAIS

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Redes Sociais que já existem	<p>As redes sociais LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube têm constituído canais de disseminação interna e externa das principais atividades de I&amp;D nos diversos polos, assegurando a sua representatividade nestes</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Geral</p>

	<p>canais. Contudo, não está ainda criada uma estratégia clara de comunicação no <i>social media</i>. Será necessário definir com clareza o que comunicar em cada uma destas plataformas e com que periodicidade, já que cada uma delas serve propósitos diferentes e tem públicos-alvo diferentes.</p>		
Facebook	<p>O Facebook do INESC TEC está com uma dinamização bastante satisfatória. No entanto, poder-se-á obter um alcance e retorno maiores se se apostar nos <i>posts</i> promovidos.</p>	Ao longo do ano	Geral
YouTube	<p>O YouTube é uma das apostas mais recentes do INESC TEC. Começou a ser desenvolvido em 2015, mas conta já com 133 subscritores e mais de 15 mil visualizações. Dada a tendência de aposta progressiva em conteúdos multimédia, o YouTube assume-se como um veículo essencial de divulgação da atividade do INESC TEC. Estima-se que, em 2019, cerca de 80 por cento do tempo dos utilizadores será ocupado com a visualização de vídeos.</p>	Ao longo do ano	Geral Parceiros Clientes
LinkedIn	<p>O LinkedIn é uma plataforma privilegiada para comunicação B2B. Criar <i>showcase pages</i> (gratuitas), mais segmentadas em termos de público-alvo e assunto, seria uma forma de melhorar a nossa presença na plataforma. Cada <i>showcase page</i> manteria a sua ligação em relação à página mãe, salvaguardando a coerência de imagem, mas com conteúdos diferentes. Por exemplo, uma <i>showcase page</i> de recrutamento onde colocar ofertas de emprego (bolsas); outra para antigos colaboradores - rede CONNECT INESC TEC. Recomenda-se também a presença do INESC TEC em grupos de discussão sobre determinados temas relacionados com a nossa área de atuação.</p>	Ao longo do ano	Geral Parceiros Clientes

<p>Redes Sociais a criar (Google + e Instagram)</p>	<p>O INESC TEC tem conta criada no Google +, no entanto esta plataforma não se encontra dinamizada. Se é certo que esta rede social tem pouca adesão em Portugal, também é verdade que a sua atividade é um dos parâmetros que o Google tem em conta na indexação de pesquisas neste motor de busca. Assim sendo, será criada estratégia de dinamização desta plataforma, tendo em atenção que os conteúdos aí incluídos deverão utilizar palavras-chave que sirvam a uma boa indexação do nosso <i>website</i> no Google.</p> <p>O Instagram é um site de partilha de fotos e vídeos, com ligação a outras redes sociais, como Facebook e Twitter. Privilegia imagens apelativas. Esta rede oferece uma excelente experiência <i>mobile</i>, pelo que poderia servir para potenciar a presença <i>mobile</i> do INESC TEC. Poderia pensar-se numa abordagem virada para o público mais jovem, mostrando o dia a dia do INESC TEC com o objetivo de atrair alunos de mestrado ou doutoramento.</p>	<p>Entre fevereiro e dezembro</p>	<p>Público em geral</p>
---	--	-----------------------------------	-------------------------

5.1.4 MULTIMÉDIA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
<p>Filmes promocionais de projetos</p>	<p>Para além da cobertura fotográfica e de vídeo de eventos, vai apostar-se em 2016 na produção de filmes promocionais de projetos. Esta iniciativa corresponde à necessidade e tendências crescentes de incluir conteúdos multimédia nos canais de divulgação interna e externa, tornando os projetos mais apelativos e dinâmicos.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Geral Empresas Parceiros</p>

<p>Desenvolvimento de infografias dinâmicas e estáticas</p>	<p>A aposta dos meios multimédia tem sido uma tendência bastante acentuada nos últimos anos. Sendo o INESC TEC uma instituição ligada à tecnologia faz todo o sentido que invista nesta área, nomeadamente através da criação de infografias dinâmicas ou estáticas passíveis de serem replicadas em vários suportes. A representação gráfica de alguns projetos facilita a compreensão do público em geral de alguns conteúdos mais técnicos quer através da assessoria de imprensa (os <i>media</i> utilizam cada vez mais infografias para comunicar com os leitores), quer através do BIP, do portal de notícias da U. Porto, <i>flyers</i>, entre outros.</p>	<p>Entre março e dezembro</p>	<p>Geral Empresas Parceiros</p>
---	--	-------------------------------	---

5.1.5 IMAGEM GRÁFICA E SUPORTES

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
<p>Revisão Manual de Imagem INESC TEC</p>	<p>O Manual de Identidade Visual que existe atualmente foi elaborado em 2006, aquando da criação do atual logótipo, tendo sofrido entretanto apenas alterações de pormenor, como a mudança do nome INESC Porto para INESC TEC. Com o crescimento e a reorganização da estrutura do INESC TEC dos últimos anos, surge a oportunidade de rever a identidade gráfica da instituição, tentando, sem abdicar da atual imagem, criar um sistema que integre uma nova visão da comunicação global, respondendo ao mesmo tempo às novas necessidades que advieram das alterações recentes. Esse documento poderá ser um verdadeiro Manual da Identidade do INESC TEC, que procure sistematizar a forma como a identidade da instituição deve ser comunicada nas diferentes facetas da sua imagem.</p>	<p>Entre fevereiro e abril</p>	<p>Interno Geral</p>

<p>Conceção de sinalética externa para reforçar a identidade do INESC TEC</p>	<p>A sinalética de acesso ao do edifício sede deve ser revista ao longo do ano, sendo que alguma ainda deve ser alterada de INESC Porto ou INESC P (como é o caso das indicações na estrada que dá acesso à FEUP e à via dos institutos) para INESC TEC. Esta alteração já está a ser articulada com a FEUP para pedido à CMP. Também se coloca a hipótese de se aplicar uma lona na parte lateral do edifício que tenha o logo do INESC TEC de forma a gerar maior <i>brand awareness</i>.</p>	<p>Julho</p>	<p>Geral</p>
<p>Atualização de suportes de comunicação</p>	<p>Atualização de suportes de comunicação (<i>flyer</i> e desdobrável institucional, <i>roll-up</i> institucional, <i>flyers</i> de tecnologias, PPT institucional, posters A3, sinalética interna e cartões de visita).</p> <p>Será novamente produzido o documento “Destaques da Atividade”, uma compilação da atividade mais importante desenvolvida pelo INESC TEC no ano de 2015, baseada em notícias e destaques extraídos do Boletim do INESC TEC, bem como notas de imprensa divulgadas.</p> <p>Serão também criados novos painéis com informação institucional para a entrada do edifício sede, bem como criado um espaço de exposição de prémios/troféus.</p> <p>Acolhimento de estagiários da FBAUP para apoio às tarefas de design gráfico.</p>	<p>Ao longo do ano</p> <p>Entre abril e maio</p> <p>Entre maio e julho</p> <p>Entre março e maio</p>	<p>Geral</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>
<p><i>Merchandising</i> (criação de kits de ofertas para visitantes prestígio)</p>	<p>Criação de alguns <i>kits</i> de ofertas para visitantes “prestígio” com o logo INESC TEC.</p>	<p>Entre fevereiro e abril</p>	<p>Parceiros</p> <p>Clientes</p>

5.1.6 OUTRAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

<p>Definição de uma estratégia de comunicação para os TEC4</p>	<p>Desenvolvimento de uma estratégia de comunicação para as novas apostas TEC4. A primeira ação a implementar será criar uma revista por cada TEC4 com a compilação das notícias do BIP de cada ano. O objetivo é distribuir, não só a colaboradores do INESC TEC, mas também aos parceiros e empresas.</p>	<p>Entre fevereiro e julho  Entre março e maio</p>	<p>Geral  Empresas  Parceiros</p>
<p>Envolvimento em WP de projetos europeus</p>	<p>Os projetos europeus têm sempre um <i>workpackage</i> de disseminação, por vezes assumido pelo INESC TEC, em que se incluem as atividades de criação da imagem do projeto, <i>website</i>, suportes de comunicação, edição de vídeos, assessoria de imprensa, organização de eventos. Em 2016 o Serviço de Comunicação estará envolvido em WP dos projetos europeus Upgrid e Anyplace, do EEA Grant BlueCom+, da rede EEN, e da Noite Europeia dos Investigadores (candidatura).</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Parceiros</p>
<p>Apoio à organização de eventos com chancela INESC TEC</p>	<p>Está previsto em 2016 dar-se continuidade ao Fórum INESC TEC do Outono, um ciclo inaugurado na comemoração dos 30 anos. A organização deste evento, de carácter mais generalista, mas também de outros mais focados numa área de competência específica, como é o caso do European Energy Market Conference (CPES), ou a mostra de tecnologias patente no Open Day CTM, confere visibilidade e prestígio ao INESC TEC.</p>	<p>Outubro  Junho  Maio</p>	<p>Geral  Empresas  Parceiros</p>
<p>Participação do INESC TEC em eventos de referência</p>	<p>A participação do INESC TEC em eventos de referência nas suas áreas de atividade fortalece a imagem de uma instituição de excelência. Para 2016 está prevista a participação nos eventos Green Business Week, Blue Business Fórum e Fórum do Mar.</p>		<p>Geral  Empresas  Parceiros</p>



Participação em eventos de comunicação de ciência	Promover a participação institucional em eventos como a Semana Profissão Engenheiro da FEUP, a Mostra da U.Porto e o estágio “À Descoberta do Meu Lado Empreendedor” da Ciência Viva, reforçam a aposta na formação dos mais jovens.	Março Julho	Jovens alunos
Produção do BIP	Produção do Boletim do INESC TEC, disponível em português (11 edições/ano) e inglês (3 edições /ano) no <i>website</i> do INESC TEC e divulgado na versão inglesa em Universidades de 25 países.	Ao longo do ano exceto em agosto	Geral Empresas Parceiros
Produção de conteúdos	A atualização do <i>website</i> com notícias e eventos e a produção semanal de notícias para portal noticias.up.pt, contribuem, a par do BIP e das Redes Sociais, para aumentar a visibilidade dos resultados alcançados pelo INESC TEC.	Ao longo do ano	Geral Empresas Parceiros
Eventos 30 anos	Há algumas iniciativas da comemoração dos 30 anos que ainda se prolongam por 2016. É o caso da produção e divulgação dos documentários 30 anos, do projeto de Banda Desenhada e da produção de um livro de prestígio.	De janeiro a junho	Geral Empresas Parceiros
Plano de responsabilidade social	Todos os anos o INESC TEC promove campanhas que têm como objetivo, por exemplo, ajudar públicos desfavorecidos. O caráter voluntário com que o INESC TEC tem aderido a iniciativas de responsabilidade social justifica a elaboração de um plano anual que defina os planos de atividade da instituição. A dimensão voluntária da responsabilidade social é a principal responsável pelo impacto positivo que a adoção deste tipo de estratégias tem na imagem das marcas junto da opinião pública em geral e dos parceiros/empresas.	Maio	Geral

Criação de base de dados institucionais e de empresas	Está prevista a criação de uma base de dados de contactos institucionais e de empresas que será gerida pelo Serviço de Comunicação e utilizada por exemplo no envio de convites para eventos INESC TEC.	Entre fevereiro e dezembro	Interno
Dinamização Connect INESC TEC	<p>O projeto CONNECT INESC TEC junta em rede mais de 250 antigos colaboradores que podem manter-se atualizados sobre as novidades do INESC TEC. Este projeto tem como objetivo potenciar relações de cooperação e novas parcerias com algumas das empresas/instituições onde estão agora colocados os antigos colaboradores, mas não foi ainda devidamente explorado. Será necessário redefinir a imagem do <i>website</i> e aprimorar a forma de angariação de antigos colaboradores para a rede.</p> <p>É importante também traçar objetivos concretos, organizar iniciativas de dinamização que juntem os antigos colaboradores, e identificar áreas em que se possam criar sinergias entre as empresas dos antigos colaboradores e o INESC TEC para alavancar projetos comuns (ex. criar o antigo colaborador “Embaixador INESC TEC”).</p>	Ao longo do ano	Antigos colaboradores
Supervisão das regras de publicitação para projetos e artigos científicos	Verificação do correto uso dos logótipos obrigatórios e das referências aos fundos de financiamento aplicadas a artigos científicos, publicações e outros documentos de divulgação.	Ao longo do ano	Interno
Acompanhamento de visitas ao INESC TEC	Nas visitas de entidades ou empresas ao INESC TEC é prestado um apoio ao nível da preparação de material promocional a ser entregue, registo fotográfico e redação de notícias para o BIP e portal de notícias da U.Porto.	Ao longo do ano	Geral

Resposta a pedidos/questões que chegam através do <i>website</i> ou <i>e-mail</i> info	A rápida e eficaz resposta diária a questões que chegam através do <i>website</i> ou do <i>e-mail</i> info@inesctec.pt é importante para a criação de uma imagem positiva.	Ao longo do ano	Geral
--	--	-----------------	-------

## 5.2 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO INTERNA

O aumento da dimensão do Laboratório Associado e a entrada de novos Centros apresentaram novos desafios a que se juntaram a organização por *clusters* e TEC4, e a emergência de novas lideranças. Neste contexto, é fundamental que os colaboradores interiorizem o novo figurino INESC TEC e participem ativamente na promoção de uma investigação cada vez mais interdisciplinar. Um importante contributo passará pela organização de iniciativas facilitadoras da comunicação interna, nos sentidos ascendente e descendente, promovendo simultaneamente eventos de convívio entre os colaboradores dos diversos Centros e Serviços.

### 5.2.1 TV INTERNA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
TV Interna	A criação de uma TV interna tem como objetivo substituir o LCD que se encontra na entrada do edifício sede, comunicando as atividades do INESC TEC, através de uma plataforma que combine vídeos e notícias do INESC TEC com <i>feed</i> RSS de notícias de órgãos de imprensa generalistas e outros conteúdos informativos que possam ter interesse para os colaboradores e para quem visita o edifício.	Entre março e dezembro	Interno  Visitantes do edifício sede

### 5.2.2 SESSÃO DE ACOLHIMENTO AOS NOVOS COLABORADORES

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Sessão de acolhimento aos novos colaboradores	Considerando que se tem verificado um certo desconhecimento relativamente ao INESC TEC e à sua atividade, uma forma de aumentar o sentimento de pertença e o conhecimento	A partir de março	Novos colaboradores

	<p>sobre a instituição junto dos novos colaboradores é organizar uma sessão de acolhimento mensal, em articulação com o serviço de Recursos Humanos. A ideia é apresentar a instituição, os Centros e os diferentes coordenadores, assim como fornecer alguma informação útil (como seguro de saúde ou relógio de ponto, por exemplo).</p>		
--	--	--	--

5.2.3 CONVÍVIO INTERNO PARA COLABORADORES

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
<p>Organização de um dia de convívio interno para colaboradores e famílias</p>	<p>Seguindo a tradição dos últimos aniversários, será organizado, a partir de 2016 com periodicidade anual, um dia de convívio para colaboradores, aberto a famílias, que tem como objetivo reforçar a coesão interna e o sentimento de pertença. A organização desta iniciativa responde a uma cada vez maior necessidade de se promover o contacto e relacionamento interpessoal numa instituição de grande dimensão.</p>	<p>Entre abril e maio</p>	<p>Colaboradores INESC TEC e famílias</p>

5.2.4 OUTRAS TAREFAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
<p>Sessão de <i>Media Training</i></p>	<p>Considerando que os <i>media</i> recorrem aos investigadores para realizar entrevistas e reportagens, é fundamental que estes se sintam preparados para responder eficazmente às questões colocadas. O Serviço organizará, de novo em 2016, sessões de <i>Media Training</i> para reforçar as competências comunicacionais dos investigadores.</p>	<p>Março e setembro</p>	<p>Interno</p>

Sessão de Formação Escrita de Artigos Científicos	Além do serviço de tradução e revisão de textos em PT e EN, a organização de sessões de formação para investigadores do INESC TEC contribuirá para melhorar as suas competências ao nível da escrita de artigos científicos e aumentará certamente a possibilidade de publicação em revistas.	Março e setembro	Interno
Organização de eventos internos	As iniciativas internas – Torneio de Futebol, Concurso de Fotografia, Magusto e Lanche Multicultural -, organizadas anualmente, têm como objetivo favorecer o convívio e reforçar a coesão interna dos colaboradores do INESC TEC.	Maio Setembro Novembro Dezembro	Interno
Promover a comunicação interna ascendente e descendente	O envio sistemático de <i>e-mail</i> com informação de interesse geral para o público interno e a colocação semanal de destaques na Intranet apresentam-se como instrumentos facilitadores da eficaz comunicação interna descendente. O Serviço de Comunicação deve ainda articular-se com a Administração e sugerir a divulgação de certos assuntos de interesse interno e externo. Cabe também ao Serviço a tarefa de receber sugestões, dúvidas e pedidos dos colaboradores e encaminhá-los para a Administração, permitindo assim a comunicação no sentido ascendente.	Ao longo do ano	Interno
Interlocação com INESC TEC Young Scientist Group	Apoio ao recém-criado INESC TEC Young Scientist Group na dinamização de iniciativas e organização de eventos.	Ao longo do ano	Interno
Gestão espólio de arte	Renovação periódica de espólio de arte no INESC TEC. Manutenção do arquivo atualizado em formato eletrónico.	Ao longo do ano	Interno

# ANEXO

Plano SCOM 2016

TAREFAS 2016 - COM. EXTERNA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	SP	RP	EO	JC	SS	RM
Produção mensal do BIP (PT)	█	█	█	█	█	█	█		█	█	█	█	SP	RP	EO	JC	SS	
Produção mensal do BIP (EN)	█			█			█			█				RP				
Assessoria Imprensa nacional e clipping	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█				JC		
Relatório anual de clipping 2015	█															JC		
Atual. de conteúdos do website (PT)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█			EO	JC		
Atual. de conteúdos do website (EN)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█		RP				
Tradução e revisão de textos PT e EN	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█		RP				
Produção semanal de notícias para portal notícias.up.pt	█	█	█	█	█	█	█		█	█	█	█			EO			
Evento: Green Business Week		█	█										SP				SS	RM
Evento: Blue Business Forum					█	█							SP				SS	RM
Evento: Fórum do Mar										█	█		SP	RP				RM
Evento: Ocupação Científica de Jovens nas Férias					█	█	█						SP					
Evento: Mostra da U.Porto	█	█	█											RP				
Evento: Semana Profissão Engenheiro	█	█	█														SS	
Evento: Open Day CTM				█	█										EO			
Multimédia (fotografia e vídeo)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█			EO			
Redes Sociais (Facebook, Youtube, LinkedIn)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█			EO			
Suportes de Comunicação (Flyer e Desdobrável institucional, Destaques da Atividade, roll-up institucional)	█	█	█	█									SP				SS	RM
Suportes de Comunicação (Flyers, PPT Institucional, Novos posters A3)	█	█	█	█	█								SP					RM

## Plano SCOM 2016

Suportes de Comunicação (Sinalética e Cartões de Visita)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				JC		
Acolhimento estagiários FBAUP e planeamento de atividades			■	■	■							SP					RM
Acompanhamento de visitas ao INESC TEC	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	SP		EO			
Supervisão das regras de publicitação para projetos e artigos científicos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	SP					
Resposta a pedidos/questões que chegam através do website ou info@	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	SP					
Renovação imagem website		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	SP		EO	JC		
Renovação imagem BIP								■	■	■	■	SP	RP			SS	
Integração e standardização de websites de centros, grupos e projetos									■	■	■			EO	JC		
Revisão Manual de Imagem INESC TEC		■	■	■													RM
Redes Sociais (Google +, Instagram)		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			EO		SS	
Dinamização Connect INESC TEC	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			EO		SS	
Filmes promocionais de projetos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			EO			
Envolvimento em WP de projetos europeus: Upgrid	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				JC		
Envolvimento em WP de projetos europeus: Anyplace	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			EO			
Envolvimento em WP de EEA Grants: BlueCom+										■	■		RP				
Envolvimento em WP de projetos europeus: EEN	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			EO			
Envolvimento em WP de projetos europeus: NEI	■						■	■	■			SP					
Evento: Fórum INESC TEC do Outono								■	■	■		SP				SS	RM



## Plano SCOM 2016

Evento: European Energy Market Conference (CPES)												SP	RP				RM
Definição de uma estratégia de comunicação para os TEC4												SP		EO			
Assessoria de Imprensa internacional													RP		JC		
Desenvolvimento de infografias dinâmicas e estáticas																	RM
Merchandising (criação de kits de ofertas para visitantes prestígio)																SS	RM
Apoio à produção e divulgação dos documentários 30 anos														EO			
Apoio a projeto de BD dos 30 anos																SS	
Apoio à produção de livro dos 30 anos												SP	RP				
Novos painéis entrada do edifício												SP					RM
Exposição de prémios/troféus																	RM
Plano de responsabilidade social												SP				SS	
Conceção de sinalética externa para reforçar a identidade do INESC TEC																	RM
Produção do número zero de BIP TEC4 impresso																SS	RM
Criação de base de dados institucionais e de empresas												SP					

### Legenda

Tarefas sistemáticas
Tarefas específicas

### Equipa SCOM

SP - Sandra Pinto
RP - Rita Pacheco
EO - Eunice Oliveira
JC - Joana Coelho
SS - Sofia Sá
RM - Rita Mendes

Plano SCOM 2016

TAREFAS 2016 - COM. INTERNA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	SP	RP	EO	JC	SS	RM
Sessão de Media Training													SP			JC		
Sessão de Formação Escrita de Artigos científicos														RP				
Organização de Torneio de Futebol														RP	EO			
Organização de Concurso de Fotografia															EO			
Organização de Magusto																	SS	
Organização de Festa de Fim de Ano														RP				
Campanha solidária														RP				
Intranet: colocação semanal destaques																	SS	
Divulgação de info e eventos a comunidade INESC TEC															EO			
Cobertura fotográfica de eventos e manutenção de arquivo na Intranet															EO			
Promover a comunicação interna ascendente e descendente													SP					
Gestão espólio de arte													SP					
TV Interna (arranque e manutenção)															EO	JC		
Articulação com RH para acolhimento aos novos colaboradores														RP			SS	
Organização de Convívio Interno Anual														RP			SS	
Interlocação com INESC TEC Young Scientist Group														RP				