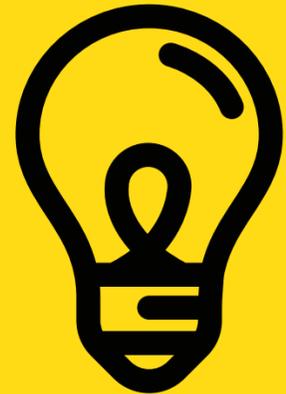


**PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA
EM RELAÇÕES PÚBLICAS**



Auditoria

Daniela Morais Rosa | Larissa Barbosa | Leonardo Mizok

PROPÓSITO

- Aplicação do processo de auditoria
- Instrumento do planejamento da comunicação

CONCEITOS

- **Outros autores:** Pesquisa institucional
- **Kunsch:** Tem como propósito fundamental corrigir desvios, prevenir problemas, encaminhar soluções e aperfeiçoar o sistema de comunicação, melhorando o desempenho.
- **Kopec:** Análise da comunicação interna e externa

RELAÇÃO CONSULTOR & CLIENTE

SEGUNDO KUNSCH

O primeiro passo é considerar se a relação será de:

- De provisão
- Prescritiva
- Colaborativa

OS ESTUDOS DE KUNSCH

Indicam que o modelo colaborativo permite mais participação de ambas as partes.



PRINCÍPIOS DO RELACIONAMENTO CONSULTOR & CLIENTE

ESPECIALIDADE

Formação do consultor em Comunicações Sociais. Deve-se ter a filosofia política de priorizar a comunicação integrada

ÉTICA

É necessário que o consultor aplique os princípios éticos, como: confidencialidade, não manipulação de dados e resultados e etc.

CONHECIMENTO

É necessário que o consultor conheça a organização em sua totalidade

METODOLOGIA

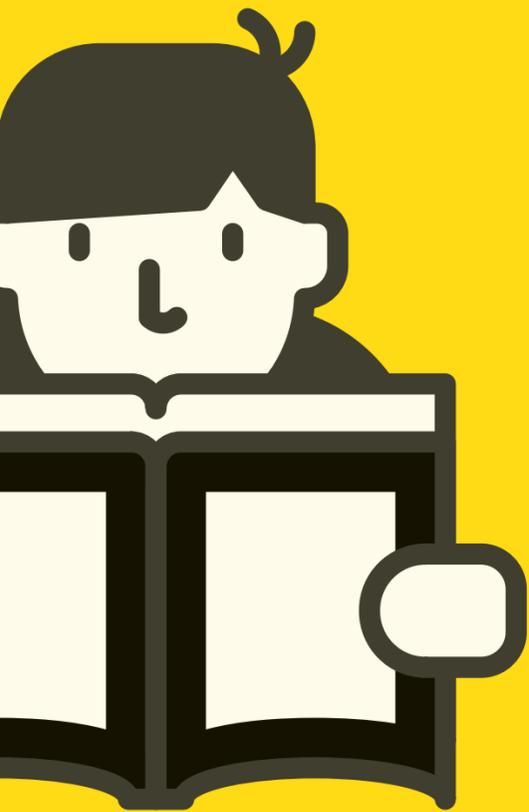
Deve-se conhecer os métodos, as técnicas e os instrumentos da pesquisa científica.



PARADIGMAS E PERSPECTIVAS

Deve-se ter conhecimento literário para que se realize uma análise da comunicação organizacional.

- Visão de Morgan
- Paradigma funcionalista
- Paradigma interpretativo
- Paradigma crítico



MÉTODOS

- Questionários e entrevistas
- Diagnósticos
- Análises da rede de comunicação
- Experiências críticas de comunicação
- Análise de ECCO

PROCESSO DE AUDITORIA

PREPARAÇÃO

Realização dos contatos pessoais entre o consultor e a organização. Se identifica e se operacionaliza o acordo entre as partes antes da realização de um negócio, de forma que se evite futuros conflitos.

PLANEJAMENTO

Definir: a) o que será feito; b) que áreas serão envolvidas; c) qual será o escopo; d) onde irão se concentrar os trabalhos de auditoria [...]

RELATÓRIO FINAL

Se indica as ações sugeridas para a solução dos problemas destacados, contando com as recomendações fundamentais, que devem ser realísticas, utilizáveis e concretas, apontando caminhos e soluções.



AUDITORIA

DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

- Examinar, reorganizar, solucionar e melhorar o sistema de comunicação de uma empresa
- Processos: Análise dos sistemas de comunicação (macro e micro)
- Desenvolvimento das recomendações para efetivar as melhorias
- Principais técnicas: questionários, entrevistas, diagnósticos e análises de redes de comunicação, análise de transmissão de mensagens, observação direta, foccus groups, análise dos produtos comunicacionais

AUDITORIA

DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

- Communication Audit Questionnaire (1976): informação sobre a organização; informação sobre o trabalho; clima geral da organização; comunicação dos supervisores; comunicação dos subalternos; comunicação entre os empregados; avaliação do trabalho individual; comunicação da gerência; comunicação entre os departamentos
- Análise das redes de comunicação

AUDITORIA

DE OPINIÃO

- Levantamento feito com os públicos.
- Objetivo: Descrever as relações da organização com seus públicos internos e externos.
- Técnicas e instrumentos: Identificar a situação a ser analisada
- Qualificação do entrevistador
- Relatório detalhado com conclusões finais

AUDITORIA

DE IMAGEM

- Refere-se a imagem institucional
- Técnicas e instrumentos:
- Análise midiática
- Análise do comportamento corporativo
- Análise da cultura organizacional
- Conhecimento prévio da organização
- Entrevistas com uso de termo indutor

AUDITORIA

CORPORATIVA

IMAGEM CORPORATIVA

- Imagem financeira: Reputação Financeira + Estrutura de Capital
- Imagem Comercial: Valor do Produto + Serviço ao Cliente + Valor da Marca
- Imagem Interna: Clima Interno + Valorização dos Recursos Humanos + Adequação Cultural
- Imagem Pública: Imagem Midiática + Imagem do Ambiente

Planejamento e gestão estratégica em relações públicas | Auditoria

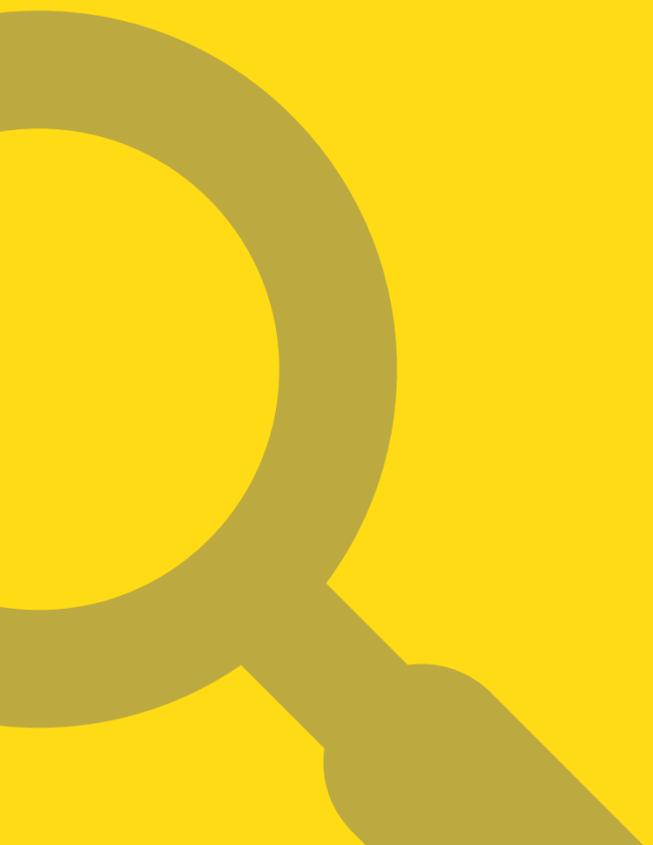
AUDITORIA

SOCIAL OU DE MONITORAMENTO DO AMBIENTE

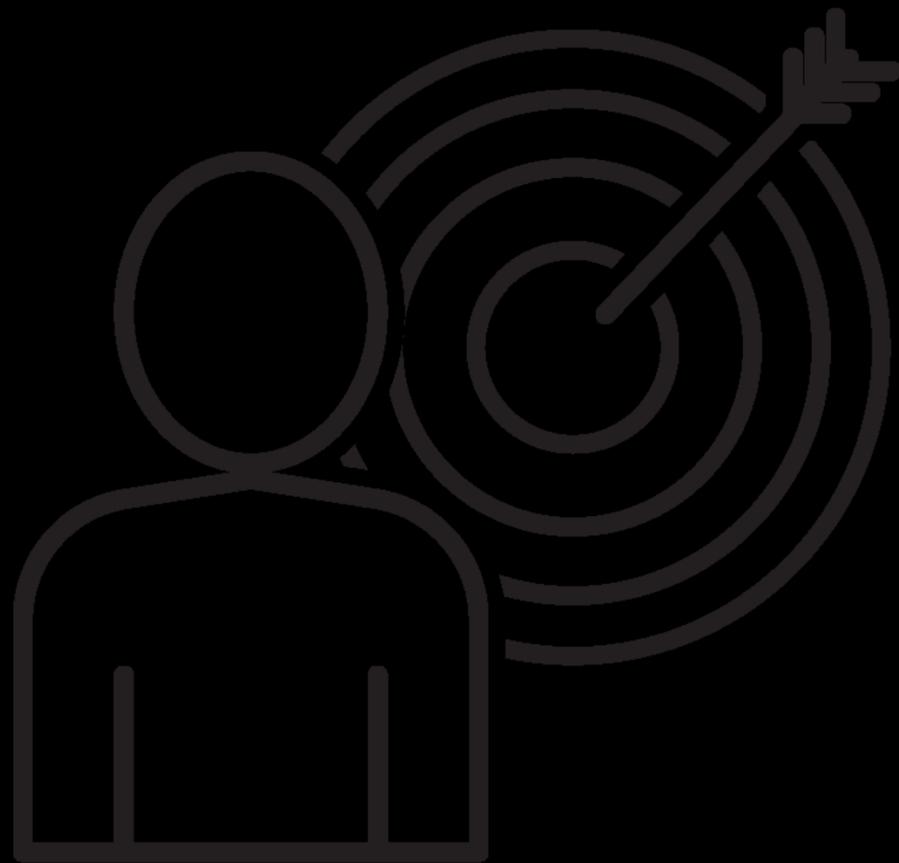
- objetivos: Observar tendências na opinião pública; analisar eventos sociopolíticos com possível impacto na organização.
- Técnicas e instrumentos: Análises. "Como a organização se posiciona?"
 - Quais são suas influências externas
 - Quais os efeitos de suas ações?
 - Como seus públicos reagem as suas atitudes?
- Destaque para monitoramento contínuo das mídias massivas e segmentadas

Pesquisa

Um pré-requisito para o planejamento das relações públicas nas organizações.



OBJETIVOS DA PESQUISA EM RP



- comprovar atitudes básicas de grupos para estruturar mensagens pertinentes
- mensurar opiniões verdadeiras de vários grupos
- identificar líderes de opinião que podem influenciar públicos-alvo
- reduzir custos com a concentração de objetivos válidos
- ajudar a testar mensagens e canais de comunicação antes de implementar o programa inteiro

IMPORTÂNCIA DA PESQUISA

- Evita perda de tempo, dinheiro, e esforço no ataque a problemas de imagem difíceis de detectar e resolver
- Fragmenta a audiência nos grupos que têm interesse e preocupações específicas
- Fornecimento de fatos para nortear os programas de RP
- Podem gerar publicidade por meio da divulgação de resultados
- Estabelece uma linha para determinar o sucesso de um programa

PESQUISA

DE OPINIÃO PÚBLICA

- É influenciada por fatores sobre os quais a organização não exerce controle, como condições econômicas, transformações sociais, ações do governo, entre outros
- Técnicas específicas para a identificação de seu universo e seleção da amostra
- Possui as seguintes fases: coleta de dados por entrevista > verificação do material coletado > tabulação e interpretação dos dados > relatório final.

PESQUISA

INSTITUCIONAL OU ADMINISTRATIVA

- Visa conhecer a organização como um todo, tornando possível construir um diagnóstico corporativo institucional para alicerçar planos e programas futuros
- Analisa o ambiente, seus públicos e o conteúdo dos produtos comunicacionais
- Possui um padrão de formatação de questionário

Obrigadx!

Daniela Morais Rosa | Larissa Barbosa | Leonardo Mizok