**Apoio, patrocínio e realização de eventos**

A Unifap promove, apoia e patrocina uma série de eventos visando estabelecer a interação com os seus públicos estratégicos.

A Universidade deve, portanto, contemplar os eventos como espaços privilegiados de interação com os públicos estratégicos e definir alguns princípios básicos que regem a sua organização, bem como a adequada inserção da Unifap em eventos realizados por terceiros (apoio e patrocínio).

**A necessidade de planejamento**

Dada a sua importância estratégica e o vínculo que estabelecem com a identidade e a imagem da Universidade, os eventos precisam ser planejados e plenamente identificados com os objetivos da organização. Obrigatoriamente, no seu planejamento, devem ser considerados: a) os públicos a que se destinam; b) os benefícios institucionais decorrentes de sua realização; c) os aspectos básicos de sua organização e recursos (humanos, financeiros etc) necessários para que eles sejam bem sucedidos; d) a divulgação antes, durante e após a realização do evento com menção à forma de participação da Universidade; e) a avaliação do retorno do evento.

As formas de avaliação dos resultados obtidos pela realização ou apoio a eventos podem incorporar, inclusive, sondagem junto aos públicos nele envolvidos.

***Tipologia dos eventos***

Os eventos podem ser de natureza diversa, como os associados a festividades (datas especiais), para divulgação de realizações e atividades da organização promotora, técnico-científicos, de oportunidade etc.

A natureza do evento define, em princípio, sua amplitude, o perfil dos públicos a serem envolvidos e, portanto, as características de sua organização (detalhes de cerimonial e protocolo, materiais a serem confeccionados e expostos etc).

Em princípio, a promoção, o apoio e o patrocínio de eventos devem obedecer a critérios definidos, tendo em vista o impacto que podem ter na imagem e na reputação da Unifap.

Isso significa que os eventos que a Unifap promove e dos quais participa devem ser analisados sob esta perspectiva. Não é recomendável associar-se ou promover eventos que não agregam valor à marca Unifap, não são planejados adequadamente ou inclua princípios, valores e intenções contrários aos interesses da Universidade.

É importante atentar para o fato de que, em algumas circunstâncias, a associação do nome ou da marca do Instituto a determinados eventos pode comprometer a sua imagem, em função inclusive de possível leitura equivocada por parte de seus públicos estratégicos.

O apoio e o patrocínio de eventos devem levar em conta sempre a credibilidade dos parceiros e sua sintonia com os objetivos e os valores da Unifap.

***Manual e Calendário de Eventos***

Recomenda-se a elaboração de um ***Manual de eventos*** que contemple as formas de participação, os instrumentos de avaliação antes e após a realização dos eventos, e sobretudo a inserção da marca da Universidade em materiais ou espaços que caracterizam os eventos (banners, stands, folders ou outras publicações). Será sempre necessário preservar a sua identidade visual e a excelência dos materiais que estão expostos ou são distribuídos por ocasião dos eventos.

É recomendável, para favorecer o planejamento, a divulgação e a análise da participação da Unifap nos eventos, organizar um ***Calendário de Eventos*** que deve estar disponível nos seus diversos canais de relacionamento com os públicos internos e externos. Ao mesmo tempo, é importante destacar sempre a participação da Unifap nos eventos internos e externos, com a indicação precisa dos objetivos, dos públicos envolvidos, dos resultados esperados ou obtidos.

***A divulgação dos cursos ofertados***

A divulgação de informações relativas aos diversos cursos ofertados pela Unifap deve ser planejada de modo a atingir plenamente os públicos pretendidos e os objetivos desejados.

Ela precisa contemplar também a comunidade de maneira geral e incorporar informações abrangentes sobre a Unifap, contribuindo para potencializar uma maior visibilidade das suas áreas de competência (ensino, pesquisa, extensão), e a sua contribuição à comunidade amapaense.

Tendo em vista os diferentes públicos a serem atingidos neste processo de divulgação e as diferentes modalidades de cursos que oferece (graduação, pós-graduação (stricto e lato sensu) e de extensão, é preciso levar em conta, em cada caso, a adequação dos conteúdos, linguagens e canais utilizados.

A divulgação do vestibular não deve limitar-se aos editais, mas incluir peças de comunicação que favoreçam o interesse e o acesso, sobretudo dos segmentos jovens. O uso adequado das mídias sociais e de recursos, como os vídeos, por exemplo, pode incrementar a divulgação junto a esses públicos.

É importante que a divulgação do processo seletivo leve em conta também outros públicos estratégicos da Unifap e que envolva, sobretudo, os atuais alunos e docentes dos cursos em andamento porque eles representam multiplicadores naturais da competência pedagógica da Universidade e têm, em virtude desta condição, credibilidade junto aos públicos externos. Recomenda-se, inclusive, que eles possam atuar como agentes desta divulgação nos canais de relacionamento da Universidade, em particular nas mídias sociais, compartilhando mensagens e vídeos sobre o processo seletivo.

A Unifap deve contemplar a mídia como parceira relevante durante o processo seletivo, porque ela tem a capacidade de divulgar as informações básicas sobre o processo (vagas disponíveis, período de inscrição e documentos necessários etc) e, ao mesmo tempo, legitimar a atuação da Universidade como protagonista principal do Estado no desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.