

PROCESSO DE SELEÇÃO DE INSTITUIÇÕES DO TERCEIRO SETOR INTERESSADAS NOS SERVIÇOS DE CONSULTORIA DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL COMCORP DA ESPM

1. SOBRE A COMCORP

A ComCorp é uma agência experimental de Comunicação Corporativa do curso de Jornalismo da ESPM-SP, que atua no planejamento e implementação de comunicação corporativa, prestando atendimento gratuito a instituições voltadas a trabalhos de extensão para a comunidade.

Como prática pedagógica, a proposta da agência é a de potencializar a ativa produção de conhecimento entre os alunos, a partir do enfrentamento de contextos reais entre as organizações que são atendidas, ou seja, que se tornam clientes. As práticas de análise de imagem, pesquisa de cultura corporativa e planejamento – apenas para citar algumas linhas de atuação da agência –, por exemplo, permitem aos alunos o enfrentamento de situações-problema e respectiva proposição de soluções em comunicação.

Os projetos liderados pelos alunos são supervisionados pelos professores da ESPM, que estão entre os profissionais mais experientes do mercado brasileiro nas mais diferentes áreas da comunicação corporativa. Além disso, a agência possui o mesmo espírito empreendedor da ESPM, favorecendo as melhores e mais inovadoras experiências em comunicação e mídia, que fervilham na faculdade a favor dos alunos da agência e também, claro, de seus clientes.

2. DO OBJETO DA SELEÇÃO

Esta seleção pública tem por objetivo selecionar instituições a serem atendidas pela Agência Experimental de Comunicação Corporativa (ComCorp) da ESPM-SP.

A instituição escolhida será atendida por uma equipe de alunos de Jornalismo da ESPM-SP, previamente selecionados em processo interno. Coordenada por um(a) professor(a), a equipe trabalhará em um planejamento de comunicação corporativa, implementando seu conteúdo conforme necessário e/ou de acordo com as possibilidades.

O planejamento de comunicação se divide, basicamente, em cinco fases:

- a. **Diagnóstico:** reuniões, pesquisas e imersões para diagnosticar os problemas de comunicação da instituição;
- b. **Matriz SWOT:** com base no diagnóstico, análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que envolvem a instituição;
- c. **Plano Macro:** produção de mensagens-chave, mailing e treinamento de porta-vozes;
- d. **Execução:** definição de ações e estratégias, junto com um cronograma de execução (a execução das ações dependerá de fatores externos, como orçamento do cliente, disponibilidade de ambas as partes e tempo para execução, entre outros; tais questões serão acordadas entre as partes);
- e. **Mensuração dos resultados:** produção de relatórios de resultados dos trabalhos realizados.

A seleção das instituições será pública, com inscrições por e-mail e análise por uma comissão de seleção interna do curso de Jornalismo da ESPM-SP.

3. ÁREAS E SEGMENTOS

Podem se inscrever nesta seleção:

- a) Instituições sem fins lucrativos;
- b) Organizações Não-Governamentais (ONGs);
- c) Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP);
- d) Associações voltadas para ações sociais.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Podem participar desta seleção instituições com as características descritas acima, cujos proponentes que as representam apresentem proposta, por e-mail, de participação, bem como justificativa, que ressalte a necessidade de um planejamento de comunicação para a instituição.

As instituições devem ter sede na cidade de São Paulo.

Somente serão analisadas as propostas com todas as informações do documento anexo preenchidas.

É imprescindível que a instituição tenha projetos ou serviços de extensão à comunidade, ou voltados a ações sociais ou ainda de claro interesse público.

Para a boa execução das ações previstas, a instituição selecionada se compromete em prestar todas as informações necessárias para a realização do planejamento de comunicação. Como contrapartida para a dedicação de equipe de alunos sob coordenação de um(a) professor(a) do curso de Jornalismo, a instituição também deverá indicar pelo menos um profissional para dedicar-se à interface semanal (via reunião on-line e contatos por internet ou telefone) com a ESPM. Deve haver disponibilidade desse profissional e/ou de outras lideranças da instituição para a análise tempestiva da produção dos alunos, com o devido

feedback necessário para a continuidade dos trabalhos previstos e para a avaliação final de toda a produção.

5. INSCRIÇÃO

Para inscrever a proposta, o interessado deve enviar o documento anexo devidamente preenchido para o e-mail: francine.altheman@espm.br. As inscrições são gratuitas.

Não serão avaliadas as propostas que não preencham todas as informações contidas no Anexo (item 10) ou que estejam em desacordo com o estabelecido neste processo de seleção.

6. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

As instituições serão avaliadas por comissão interna do curso de Jornalismo da ESPM-SP, composta pelo(a) coordenador(a) do curso, pelo(a) supervisor(a) do Centro Experimental de Jornalismo e pelo supervisor(a) da ComCorp. Em caso de empate, um professor do curso de Jornalismo será convidado para definir a seleção.

As propostas serão analisadas considerando-se os critérios a seguir:

- a) Modelo de Negócio: o projeto apresenta plano de negócio estruturado, com clara definição de seus serviços;
- b) Diagnóstico do Plano de Comunicação: a instituição não tem plano de comunicação definido ou apresenta falhas em sua estrutura de comunicação;
- c) Relevância social: a organização apresenta serviços voltados a ações sociais, interesse público ou à comunidade.



Parágrafo primeiro: a comissão interna supracitada é soberana para avaliar as propostas apresentadas e decidir aquela que melhor se adequar ao perfil da agência;

Parágrafo segundo: o número de instituições escolhidas será definido de acordo com o número de participantes ingressantes na equipe da ComCorp durante o semestre;

Parágrafo terceiro: a comissão interna pode decidir que nenhuma instituição está apta para ser atendida pela agência ComCorp. Nesse caso, não haverá cliente e o processo de seleção poderá ser reiniciado.

7. VIGÊNCIA

O prazo de vigência do atendimento da instituição escolhida será de um semestre letivo, podendo ser prorrogado por mais um semestre letivo, se houver concordância de ambas as partes.

8. ATENDIMENTO

O início do atendimento está sujeito a negociação prévia entre os representantes da instituição e da ComCorp, acordando sobre os dispositivos gerais de trabalho.

9. DISPOSIÇÕES FINAIS

Os casos omissos relativos a este processo de seleção serão analisados pela Comissão Interna do curso de Jornalismo da ESPM-SP.

10. ANEXO

Proposta de inscrição no processo de seleção de instituição para prestação de serviço de Comunicação Corporativa da ComCorp ESPM-SP

Nome da instituição:

CNPJ:

Representante legal:

CPF:

Endereço da instituição:

Telefone da instituição:

E-mail da instituição:

Site da instituição:

Redes sociais da instituição:

Modelo de negócio:

Serviços prestados:

Escrever sobre os serviços ou projetos que demonstrem relevância social ou ações voltadas para a comunidade:

Justificativa (escrever por que a instituição precisa ou deseja os serviços da ComCorp):