

Centro de Gestão em Educação Continuada – CEGECON

Lote 4

Relatório Circunstanciado das Atividades
Exercício 2017

Volume I:
Balanço Geral das Metas
Execução das Atividades

Período: Anual

Relatório Circunstanciado das Atividades – Exercício 2017 - Volume I

Período: abril a dezembro de 2017

Objeto: 1.1. Constitui objeto do presente instrumento de chamamento público a seleção de organização social qualificada em educação profissional tecnológica e desenvolvimento tecnológico no âmbito do Estado de Goiás para celebração de Contrato de Gestão objetivando transferir a administração dos equipamentos públicos integrantes da Rede Pública Estadual de Educação Profissional e a operacionalização das ações de educação profissional de Goiás, definidas pela SED, consubstanciadas em atividades de ensino, pesquisa e extensão, ofertadas por meio de cursos e programas de formação inicial continuada ou qualificação profissional, educação profissional técnica de nível médio e educação profissional tecnológica de graduação e pós-graduação, nas modalidades presencial e a distância, das ações de desenvolvimento e inovação tecnológica - DIT, por meio de atividades de transferência de tecnologia, prestação de serviços tecnológicos e promoção e fortalecimento de ambientes de inovação, bem como as atividades de apoio auxiliares ao setor produtivo.

Contrato de Gestão nº 02/2017-SED

Data da assinatura: 07 de abril de 2017

Publicação no Diário Oficial: 10 de abril de 2017

Parceiro público: Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Científico e Tecnológico e de Agricultura, Pecuária e Irrigação – SED

Parceiro privado: Centro de Gestão em Educação Continuada – CEGECON

JANEIRO/2018

Sumário

1.	Introdução.....	5
2.	Do Parceiro Privado.....	6
a.	Identificação da Entidade	6
b.	Membros da Diretoria - Contatos.....	6
c.	Membros da Equipe Técnica - Contatos.....	6
3.	Da Proposta.....	7
3.1	Pactuação	7
3.1.1	Metas Quantitativas.....	7
	Projeção de oferta mímica de vagas em cursos e programas EPT:	7
	Oferta de serviços de Desenvolvimento e Inovação Tecnológico – DIT e de Atividades Acadêmico – Prático – APA.	7
	Quadro de metas Regional e ITEGOS	8
3.1.2	Metas Qualitativas	11
4	Financeiro.....	15
5	Execução – Ações/Atividades.....	16
5.1	Processo acadêmico e de desenvolvimento e inovação tecnológica (números/horas e percentuais previstos para atingimento das metas):	16
5.2	Escopo: cumprimento de horas aulas, serviços de DIT, pertinência da oferta e do sucesso acadêmico e, da articulação como setor produtivo.....	16
6	Ação 1 – Oferta de Cursos de Programas de Educação Profissional – Presencial e EAD	17
7	Ação 2 – Oferta de Serviços de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica	27
8	Processo administrativo.....	41
8.1.	Escopo: planejamento, retroalimentação de informações, informatização e padronização de processos, recursos humanos e patrimoniais	41
9	Processo pedagógico;	45
9.1.	escopo: gestão democrática, aderência do currículo às demandas do setor produtivo, satisfação da clientela interna e externa	45

10	Processo Desenvolvimento e Inovação Tecnológica;.....	46
10.1.	Escopo: acompanhamento contínuo das ações relativas as dimensões de DIT ao setor produtivo em especial os organizados em APL's.	46
11	Conclusão	49
	ANEXO I – OFERTA DE CURSOS.....	53
	ANEXO II – PLANO TRIMESTRAL.....	86
	ANEXO III.....	107
	ANEXO IV – PLANO DE COMUNICAÇÃO	114

1. Introdução

Este é o Volume I do Relatório Circunstanciado das Atividades do Exercício de 2017 (abril a dezembro), compreendendo o Balanço Geral das Metas e a Execução das Atividades (metas qualitativas), conforme citadas no item 2.43 do contrato 02/2017-SED.

2. Do Parceiro Privado

a. Identificação da Entidade

Centro de Gestão em Educação Continuada – CEGECON

CNPJ 14.215.965/0001-80

Av. Anhanguera, 5110 – Sala 202

74.043-012 – Goiânia-GO

Decreto de Qualificação Nº 8.813, de 25 de novembro de 2016

Contatos

www.cegecon.org.br

www.facebook.com/cegecongo/

www.twitter.com/cegecongo/

www.instagram.com/cegecon/

b. Membros da Diretoria - Contatos

Presidente: Almério Marques Leão – contato@cegecon.org.br

Diretora Executiva: Cláudia Heloisa Schmeiske da Silva –

contato@cegecon.org.br

Diretor Administrativo: Luiz Alberto Rocha de Lira – contato@cegecon.org.br

Diretor de Orçamento e Finanças: Will Marques Vitor de Paula –

contato@cegecon.org.br

Diretor Técnico: Rubson Marques Rodrigues – contato@cegecon.org.br

c. Membros da Equipe Técnica - Contatos

Superintendente Executivo: José Luiz Gasparini – gasparini@cegecon.org.br

Superintendente Administrativo-Financeiro: Leandro Soares da Silva –

contato@cegecon.org.br

Superintendente Técnico-Pedagógico: José Américo de Lacerda Júnior –

pedagogico@cegecon.org.br

Coordenador Geral do Projeto: Cláudia Heloisa Schmeiske da Silva –

contato@cegecon.org.br

Coordenador de Ensino: Eliane Superti – contato@cegecon.org.br

Coordenador de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica: Luiz Alberto

Rocha de Lira – contato@cegecon.org.br

Coordenador Administrativo-Financeiro: Rubson Marques Rodrigues –

contato@cegecon.org.br

3. Da Proposta

3.1 Pactuação

3.1.1 Metas Quantitativas

ANEXO III – PROGRAMA DE METAS

O presente Anexo técnico estabelece o conjunto de metas a serem cumpridas pela organização social selecionada.

Projeção de oferta mímica de vagas em cursos e programas EPT:

	LOTE 4					
	Superior	Técnico	Qualificação	FIC	EAD/FI	EAD/FC
ANO I	100	840	3.140	4.000	1.540	4.600
ANO II	100	840	3.140	4.000	1.540	4.600
ANO III	220	820	2.800	4.680	1.600	4.840
ANO IV	220	860	2.960	4.940	1.700	5.080
TOTAL	640	3.360	12.040	17.620	6.380	19.120

Oferta de serviços de Desenvolvimento e Inovação Tecnológico – DIT e de Atividades Acadêmico – Prático – APA.

LOTE 4	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	TOTAL
DIT (horas)	5.760	5.760	4.320	4.320	20.160
APA (alunos)	1.420	1.420	1.500	1.580	5.920
SOMA					26.080

Quadro de metas Regional e ITEGOS

COMPOSIÇÃO DOS QUANTITAVOS PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA												
LOTE	ITEGOS	Situação e Data Início	Ambientes		Meta de utilização	Programas SED - Matrículas		Cotecs	Projeção de crescimento anual segundo meta			
			Nº Salas	Nº Lab.		Carga Horária Total Ano 1 2015/2016 (Horas/aula)	Carga Horária Total Ano 2 2016/2017 (Horas/aula)		Carga Horária Total Ano 3 2017/2018 (Horas/aula)	Carga Horária Total Ano 4 2018/2019 (Horas/aula)		
											0%	5%
4	ITEGO Goiânia - Basileu França - PRES	O	5	79	0,73	500	0		867.240	867.240	910.602	956.132
	EAD				0,50			2	192.000	192.000	201.600	211.680
	DIT e APA								1.440	1.440	1.440	1.440
	ITEGO Cidade de Goiás - PRES	O	8	7	0,54	600	300		343.440	343.440	360.612	378.643
	EAD				0,50			3	288.000	288.000	302.400	317.520
	DIT e APA								1.440	1.440	1.440	1.440
	ITEGO Goiatuba - PRES	O	6	12	0,50	580	300		360.000	360.000	378.000	396.900
	EAD				0,50			3	288.000	288.000	302.400	317.520
	DIT e APA								1.440	1.440	1.440	1.440
	ITEGO Piracanjuba - PRES	C -2016-1	6	4	0,50				216.000	216.000	226.800	238.140
	EAD				0,50				0	0	0	0
	DIT e APA								1.440	1.440	1.440	1.440
Histórico			Ambientes			Programas SED - Matrículas		Cotecs	Total de Carga Horária disponível para oferta de cursos e serviços			
Presencial+CVT									1.786.680	1.786.680	1.876.014	1.969.815
EAD									768.000	768.000	806.400	846.720
HDIT e APA									5.760	5.760	5.760	5.760
TOTAL			25	102	0,41	1.680	600	8	1.499.760	1.499.760	1.574.532	1.653.043

LEGENDA:			
DIT e APA - Desenvolvimento e Inovação Tecnológica - Atividade Prática Acadêmica	LOTE 1	LOTE 2	Situação e Data de Início
	8,95	LOTE 3	O - Operacional / C - Construção
Hora aula Superior	13,00		
Hora aula DIT e APA	134,25		
CVT - Centro Vocacional Móvel			

LOTE IV - ANO I

Instituto Tecnológico de Goiás - ITEGO	Vagas : Tecnológico	Vagas: Técnico	Vagas: Qualificação	Vagas: Capacitação e Atualização	Vagas total: ITEGO	Horas de Serviços Tecnológicos e produção artístico cultural	REPASSE por ITEGO
ITEGO Goiânia - Basileu França - PRES	100	380	1.300	2.160	3.940		8.110.500,00
EAD	0	0	380	1.160	1.540		481.152,00
DIT e APA					355	1.440	240.978,75
ITEGO Cidade de Goiás - PRES	0	180	680	680	1.540		3.275.700,00
EAD	0	0	580	1.720	2.300		721.728,00
DIT e APA					355	1.440	240.978,75
ITEGO Goiatuba - PRES	0	180	720	720	1.620		3.379.520,00
EAD	0	0	580	1.720	2.300		721.728,00
DIT e APA					355	1.440	240.978,75
ITEGO Piracanjuba - PRES	0	100	440	440	980		1.897.400,00
EAD	0	0	0	0	0		-
DIT e APA					355	1.440	240.978,75

Presencial+CVT	100	840	3.140	4.000	8.080	0	16.663.120,00
EAD	0	0	1.540	4.600	6.140	0	1.924.608,00
HDIT e APA	0	0	0		1.420	5.760	963.915,00
TOTAL	100	840	4.680	8.600	14.220	7.180	19.551.643,00

3.1.2 Metas Qualitativas

ANEXO XII – MAPA DE INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE QUALIDADE

AVALIAÇÃO-DIMENSÃO		INDICADORES	ASPECTOS DE AVALIAÇÃO
1	INSTITUIÇÃO	Políticas de educação profissional e de inovação	Aderência às demandas locais
			Desenvolvimento do ensino, pesquisa e extensão.
			Interação e Comunicação com a comunidade interna e externa
		Infraestrutura Física e Material	Implantação dos processos necessários à operacionalização das ações
			Recursos de tecnologia da informação e comunicação e Ferramentas de gestão e acompanhamento.
			Plano de manutenção e atualização da infraestrutura e bens móveis.
2	CURSOS	Currículo	Documentos institucionais e didáticos pedagógicos
			Perfil profissional de conclusão
			Material didático-pedagógico
			Estágio curricular e ou atividades complementares ou extracurriculares
		Corpo Docente	Atuação do coordenador de cursos
			Atuação dos professores
			Experiência dos professores no magistério e fora do magistério
			Taxa de formação/titulação do corpo docente
			Produção dos docentes
		Curso	Taxa de ocupação inicial do curso
			Taxa de retenção no período
			Permanência e êxito

			Taxa de evasão
3	DESENVOLVIMENTO INOVAÇÃO TECNOLÓGICA	E Serviços Tecnológicos	Serviços tecnológicos prestados as empresas/produtores
			Manutenção dos laboratórios
AVALIAÇÃO-DIMENSÃO		INDICADORES	ASPECTOS DE AVALIAÇÃO
		Ambientes de Inovação	Estabelecimento de ambiente adequado para a geração de novos negócios
			Sensibilização para o empreendedorismo inovador visando a promoção do surgimento de novos negócios
		Transferência de Tecnologia	Identificação das necessidades e gargalos para o desenvolvimento tecnológico e inovação
			Atividades de interação e troca de conhecimento
4	ESTUDANTES	Percepção do Processo de Ensino e Aprendizagem	Monitoria e tutoria
			Projetos de extensão tecnológica ou tecnologias sociais
			Projetos de inovação tecnológica ou pesquisa aplicada
			Satisfação do estudante e mundo do trabalho
5	EGRESSOS	Desempenho e satisfação profissional	Índice de satisfação do egresso
			Índice de satisfação do empregador
			Taxa de inserção profissional
			Taxa de vinculação com o mundo do trabalho na área de formação

INDICADORES DE DESEMPENHO PROPOSTOS PELA ORGANIZAÇÃO SOCIAL, COMPLEMENTARES AOS PREVISTOS NO ANEXO XII

Dimensão INSTITUIÇÃO	
Indicador	Pontos de verificação
Infraestrutura física e material	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de processos, procedimentos e normas relacionados à adequada gestão e utilização dos recursos tecnológicos, dos materiais e do patrimônio; • Existência de equipamentos, ambientes e insumos adequados ao funcionamento das atividades do projeto; • Existência de manuais de procedimentos de inventário e catalogação de patrimônio material e imaterial e de gestão de insumos; • Existência de material de comunicação voltado ao público-alvo, informando sobre os usos, cuidados e segurança de equipamentos à disposição do projeto; • Existência de procedimentos institucionais de segurança, manutenção e guarda dos bens e equipamentos.
Políticas de formação profissional e inovação	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de Projeto Político-Pedagógico e Projeto Político Institucional; • Existência de documentos institucionais estipulando os meios de execução das políticas de formação profissional e inovação; • Existência de dados informando inscrições do público-alvo nos diferentes cursos oferecidos; • Existência de ferramentas de medição da adesão do público-alvo às atividades do projeto.
Dimensão CURSOS	
Indicador	Ponto de verificação
Currículo	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de coerência entre a grade curricular aos planos de curso; • Existência de registros que demonstrem a atualidade dos conteúdos e sua correlação com as demandas do público-alvo e das empresas da região;

	<ul style="list-style-type: none"> Existência de registros que demonstrem integração com a prática – transmissão do conhecimento e inovação.
Corpo Docente	<ul style="list-style-type: none"> Existência de adequação entre formação acadêmica e as disciplinas ministradas; Existência de registros de atividades de pesquisa e extensão devidamente canceladas; Existência de atividades de atualização tecnológica e integração com novas ferramentas de ensino.
Estudantes	<ul style="list-style-type: none"> Existência de ferramentas de medição do desempenho dos estudantes por área e geral; Existência de ferramenta de auto avaliação dos estudantes quanto ao próprio desempenho; Existência de atividades de acompanhamento e apoio psicopedagógico aos estudantes; Existência de atividades de estágio, colocação e outras de caráter prático-acadêmico; Existência de pesquisas de avaliação da percepção dos estudantes sobre os serviços prestados pelos ITEGOs; Existência de medição dos índices de colocação dos egressos no mundo do trabalho e do empreendedorismo.
Dimensão DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA	
Indicador	Ponto de verificação
Serviços tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> Existência de ferramentas de avaliação da percepção dos empresários sobre o trabalho dos ITEGOs; Existência de meios de medir os resultados e os impactos da transferência de conhecimento nas iniciativas inovadoras; Existência de medição da satisfação do público-alvo diante dos serviços tecnológicos oferecidos.
Ambiente de inovação	<ul style="list-style-type: none"> Existência de ferramentas de medição dos novos negócios resultantes de incubação; Existência de registro do índice de sucesso das empresas incubadas; Existência de medição da percepção do público-alvo a respeito das atividades de inovação.

Transferência de tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> Existência de metas plausíveis para a realização de ações de transferência de tecnologia; Existência de medição da quantidade de parcerias firmadas com o setor privado; Existência de ferramenta de captação de novas parcerias acompanhamento das que estejam em andamento.
Dimensão EGRESSOS	
Indicador	Ponto de verificação
Desempenho e satisfação profissional	<ul style="list-style-type: none"> Existência de medição da inserção dos egressos no mercado de trabalho e/ou em atividades empreendedoras; Existência de ferramenta de avaliação da satisfação dos egressos em relação às vivências e aprendizagem durante sua permanência no ITEGO; Existência de medição da taxa de inserção do egresso em atividades afins ao curso que concluiu no ITEGO.

4 Financeiro

REGIONAL 4 / ANO 2017 / 9/12	Duodécimo
REPASSE PREVISTO R\$ 17.596.478,76	R\$ 1.466.373,23
REPASSE PROPORCIONAL R\$ 13.197.359,07	
EFETIVAMENTE REPASSADO R\$ 6.978.422,43*	

* O CEGECON, todavia, desconhece os valores das glosas referentes ao período de Setembro a Dezembro de 2017.

5 Execução – Ações/Atividades

Em cumprimento, ao Contrato de Gestão, o monitoramento terá como uma das estratégias o acompanhamento e avaliação do RELATÓRIO CIRCUNSTANCIADO, com as informações mínimas prevista no layout abaixo. As ações e suas respectivas atividades devem primar pela consecução do objeto previsto no chamamento, no intuito de alcançar a eficiência, eficácia e efetividades de todos os processos inerentes a execução do contrato de gestão:

5.1 Processo acadêmico e de desenvolvimento e inovação tecnológica (números/horas e percentuais previstos para atingimento das metas):

5.2 Escopo: cumprimento de horas aulas, serviços de DIT, pertinência da oferta e do sucesso acadêmico e, da articulação como setor produtivo

METAS QUANTITATIVAS

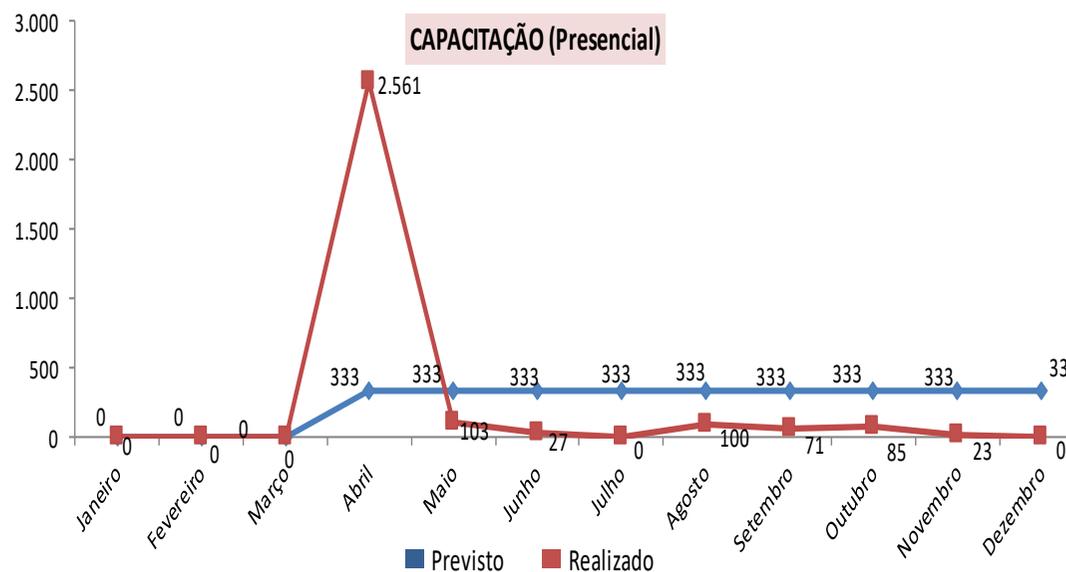
6 Ação 1 – Oferta de Cursos de Programas de Educação Profissional – Presencial e EAD

6.1 Cursos de capacitação (menores que 160 horas) – Presencial;

Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18
-----------------------	---	--	----------

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017							
Janeiro	0	0	0	-		-	
Fevereiro	0	0	0	-		-	
Março	0	0	0	-		-	
Abril	333	2.561	2.228	768,3%	90%	853,7%	
Maio	333	103	230	30,9%		34,3%	
Junho	333	27	306	8,1%		9,0%	
Julho	333	0	333	-		-	
Agosto	333	100	233	30,0%		33,3%	
Setembro	333	71	262	21,3%		23,7%	
Outubro	333	85	248	25,5%		28,3%	
Novembro	333	23	310	6,9%		7,7%	
Dezembro	333	0	333	-		-	



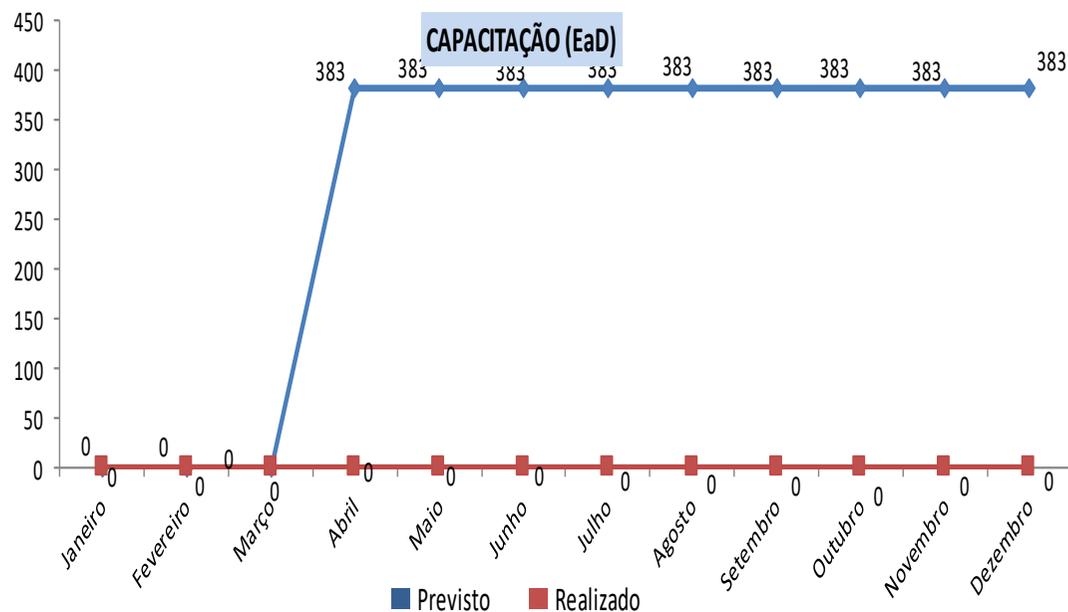
*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

6. 2 Cursos de capacitação (menores que 160 horas) – EAD;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	383	0	383	-		-	
	Maiο	383	0	383	-		-	
	Junho	383	0	383	-		-	
	Julho	383	0	383	-		-	
	Agosto	383	0	383	-		-	
	Setembro	383	0	383	-		-	
	Outubro	383	0	383	-		-	
	Novembro	383	0	383	-		-	
	Dezembro	383	0	383	-		-	



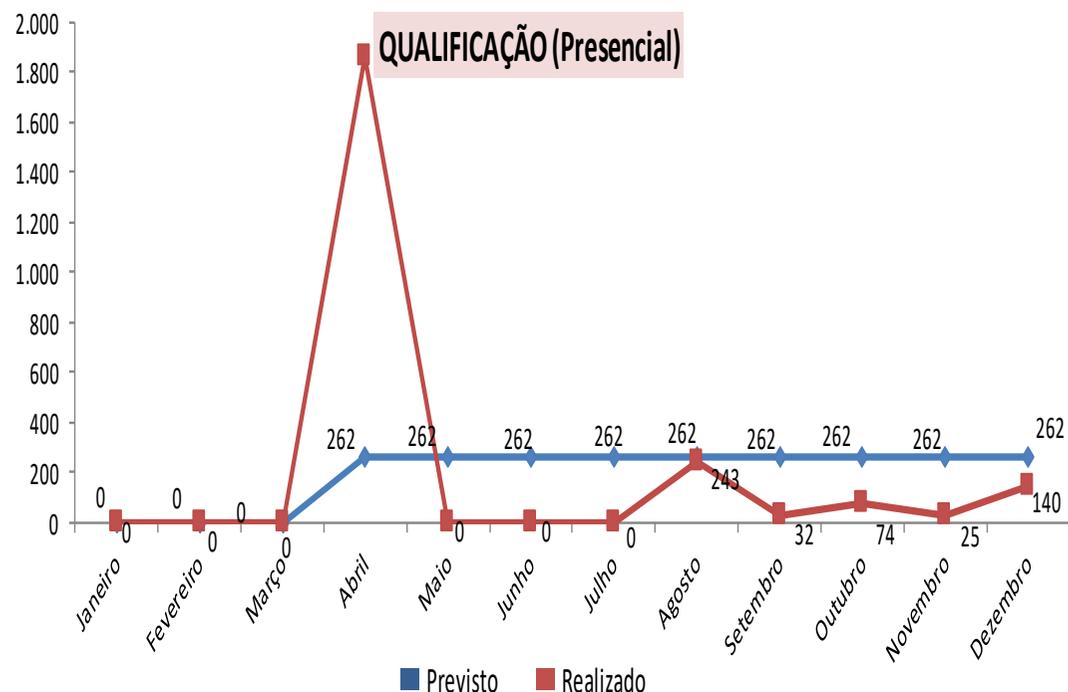
*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta [Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];]

6. 3 Cursos de qualificação (maior que 160 horas) – Presencial;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
Janeiro	0	0	0	-		-	
Fevereiro	0	0	0	-		-	
Março	0	0	0	-		-	
Abril	262	1.861	1.599	711,2%		790,2%	
Maio	262	0	262	-	90%	-	
Junho	262	0	262	-		-	
Julho	262	0	262	-		-	
Agosto	262	243	19	92,9%		103,2%	
Setembro	262	32	230	12,2%		13,6%	
Outubro	262	74	188	28,3%		31,4%	
Novembro	262	25	237	9,6%		10,6%	
Dezembro	262	140	122	53,5%		59,4%	



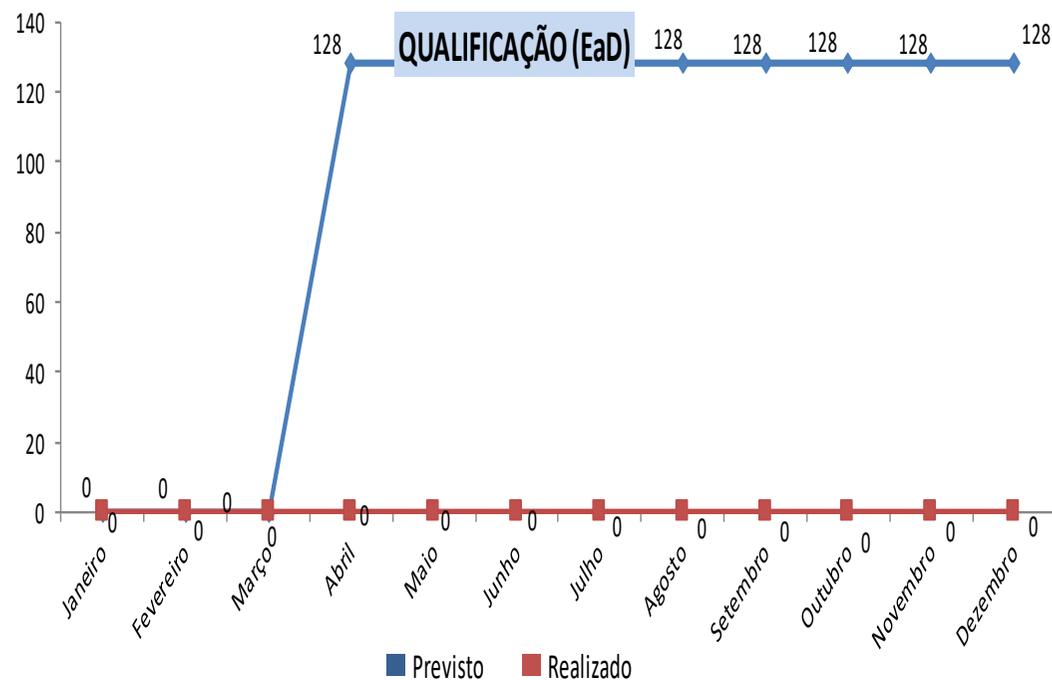
❖ *Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

6. 4 Cursos de qualificação (maior que 160 horas) – EAD;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	128	0	128	-		-	
	Maio	128	0	128	-		-	
	Junho	128	0	128	-		-	
	Julho	128	0	128	-		-	
	Agosto	128	0	128	-		-	
	Setembro	128	0	128	-		-	
	Outubro	128	0	128	-		-	
	Novembro	128	0	128	-		-	
	Dezembro	128	0	128	-		-	



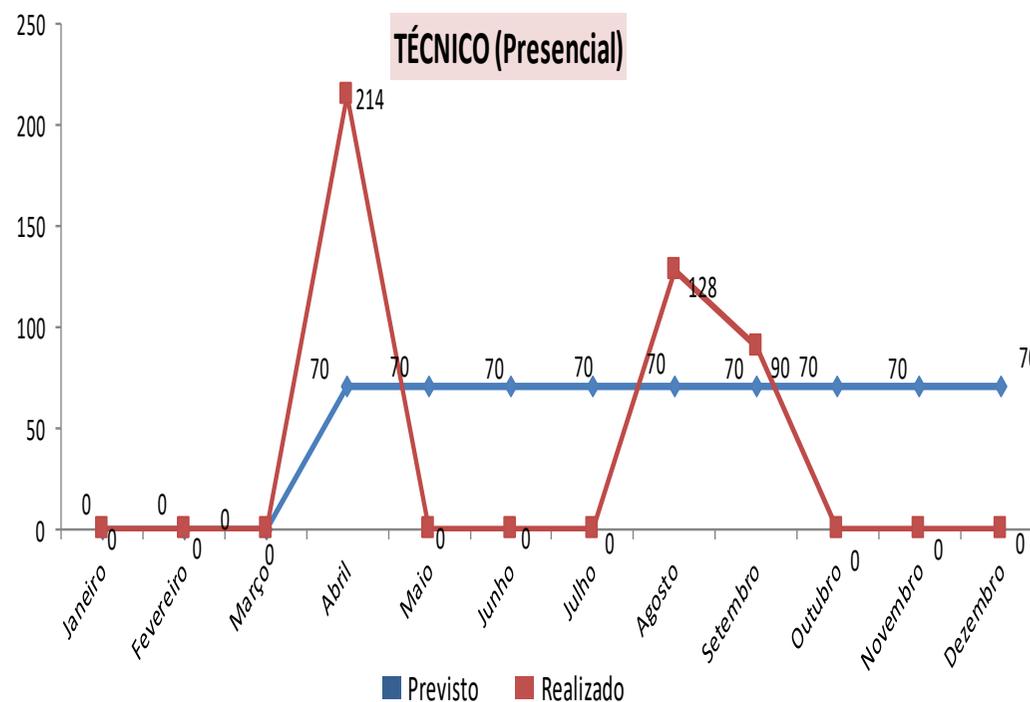
❖ ; *Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

6. 5 Cursos Técnicos (entre 800 a 1200 horas), acrescido da prática profissional- Presencial;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	70	214	144	305,7%		339,7%	
	Maiο	70	0	70	-		-	
	Junho	70	0	70	-		-	
	Julho	70	0	70	-		-	
	Agosto	70	128	58	182,9%		203,2%	
	Setembro	70	90	20	128,6%		142,9%	
	Outubro	70	0	70	-		-	
	Novembro	70	0	70	-		-	
	Dezembro	70	0	70	-		-	



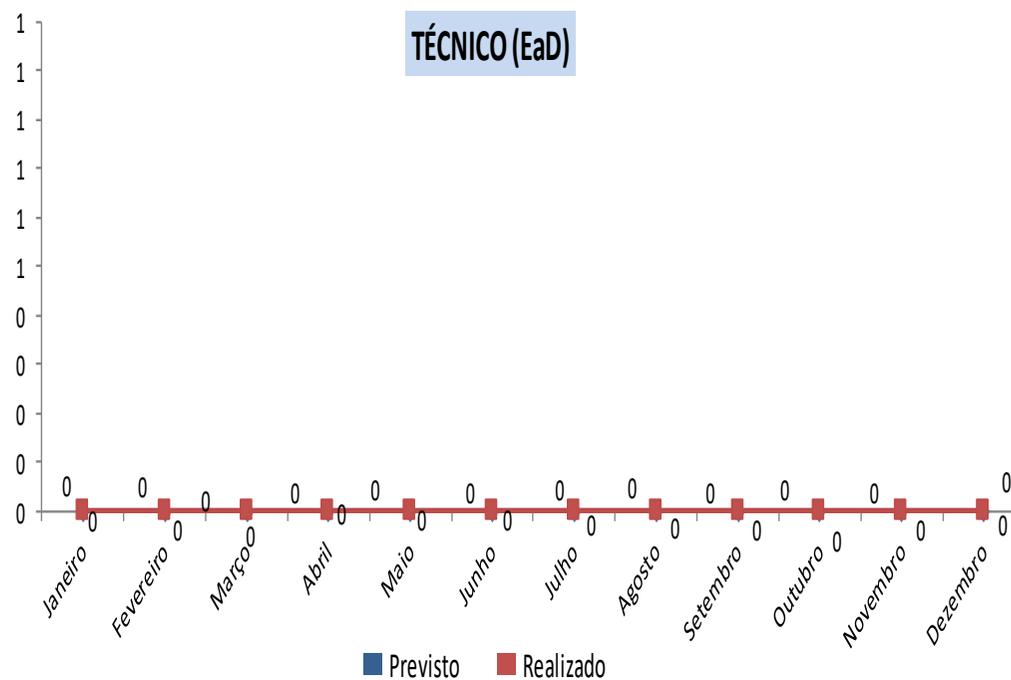
!; *Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

6. 6 Cursos Técnicos (entre 800 e 1200 horas), acrescido da prática profissional – EAD;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	0	0	0	-		-	
	Maiο	0	0	0	-		-	
	Junho	0	0	0	-		-	
	Julho	0	0	0	-		-	
	Agosto	0	0	0	-		-	
	Setembro	0	0	0	-		-	
	Outubro	0	0	0	-		-	
	Novembro	0	0	0	-		-	
	Dezembro	0	0	0	-		-	



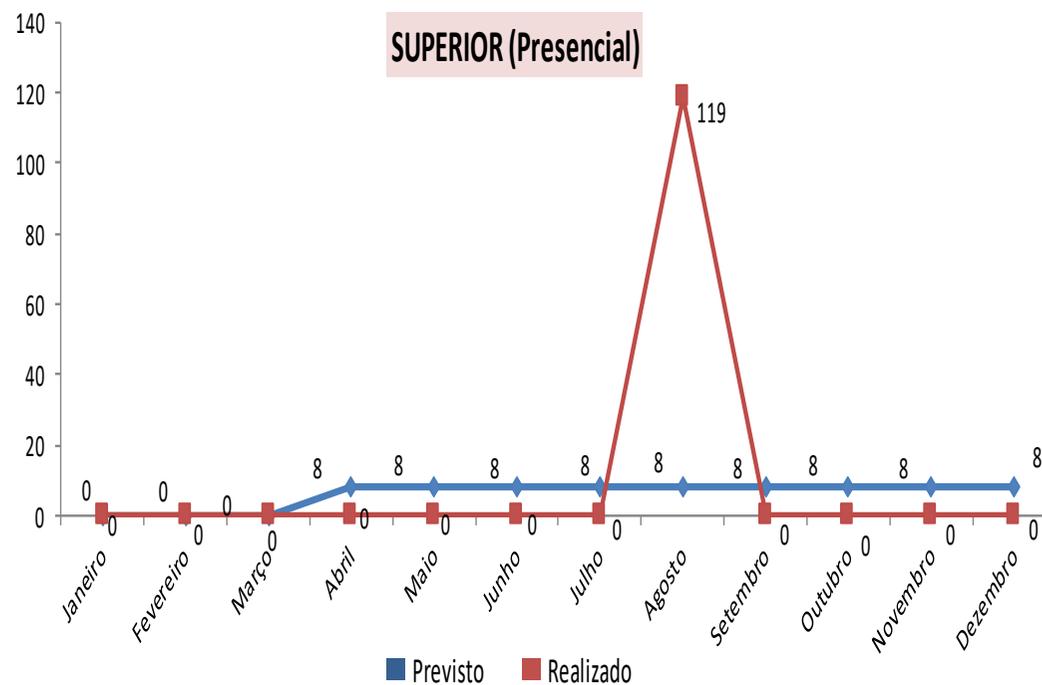
*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

6. 7 Cursos Técnicos (entre 800 e 1200 horas), acrescido da prática profissional – Presencial;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	8	0	8	-		-	
	Maiο	8	0	8	-		-	
	Junho	8	0	8	-		-	
	Julho	8	0	8	-		-	
	Agosto	8	119	111	1428,0%		1586,7%	
	Setembro	8	0	8	-		-	
	Outubro	8	0	8	-		-	
	Novembro	8	0	8	-		-	
	Dezembro	8	0	8	-		-	



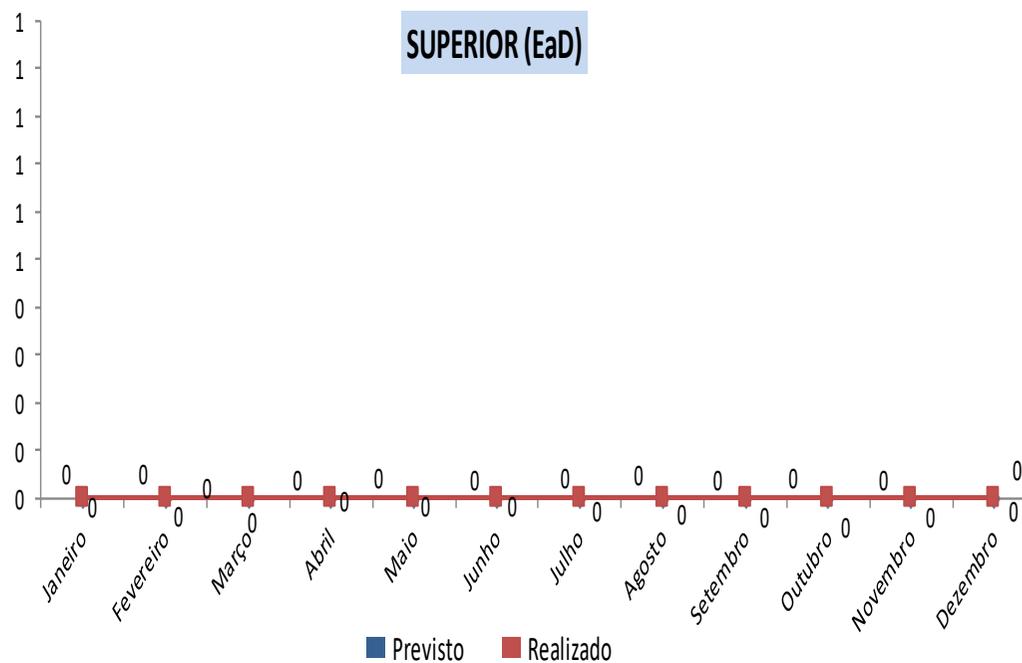
*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

6. 8 Cursos Tecnológicos (entre 1600 e 2400 horas), acrescido da prática profissional - EAD;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	0	0	0	-		-	
	Maiο	0	0	0	-		-	
	Junho	0	0	0	-		-	
	Julho	0	0	0	-		-	
	Agosto	0	0	0	-		-	
	Setembro	0	0	0	-		-	
	Outubro	0	0	0	-		-	
	Novembro	0	0	0	-		-	
	Dezembro	0	0	0	-		-	



*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)



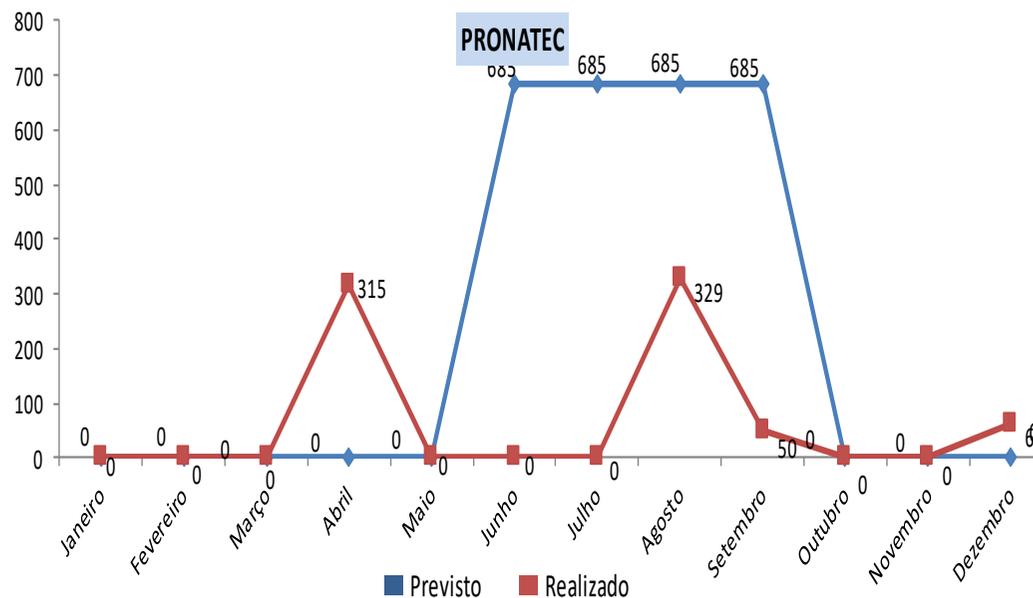
6. 9 Atendimentos em Programas – PRONATEC

- Técnicos de Nível Médio
- Qualificação Profissional

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	18/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-	90%	-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	0	315	315	-		-	
	Maiο	0	0	0	-		-	
	Junho	685	0	685	-		-	
	Julho	685	0	685	-		-	
	Agosto	685	329	356	48,0%		53,4%	
	Setembro	685	50	635	7,3%		8,1%	
	Outubro	0	0	0	-		-	
	Novembro	0	0	0	-		-	
	Dezembro	0	60	60	-		-	



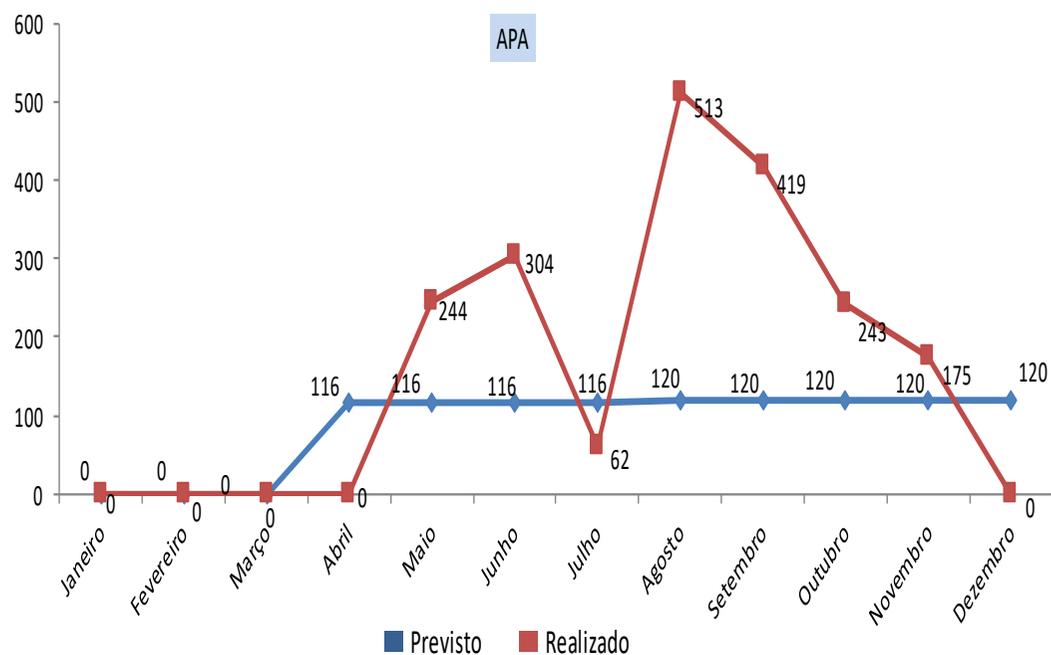
*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta].)

6. 10 Projetos para desenvolvimento de Atividades Prático-Acadêmicas – APA;

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	19/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-		-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	116	0	116	-		-	
	Maio	116	244	128	210,3%	90%	233,7%	
	Junho	116	304	188	262,1%		291,2%	
	Julho	116	62	54	53,4%		59,4%	
	Agosto	120	513	393	427,5%		475,0%	
	Setembro	120	419	299	349,2%		388,0%	
	Outubro	120	243	123	202,5%		225,0%	
	Novembro	120	175	55	145,8%		162,0%	
	Dezembro	120	0	120	-		-	



*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

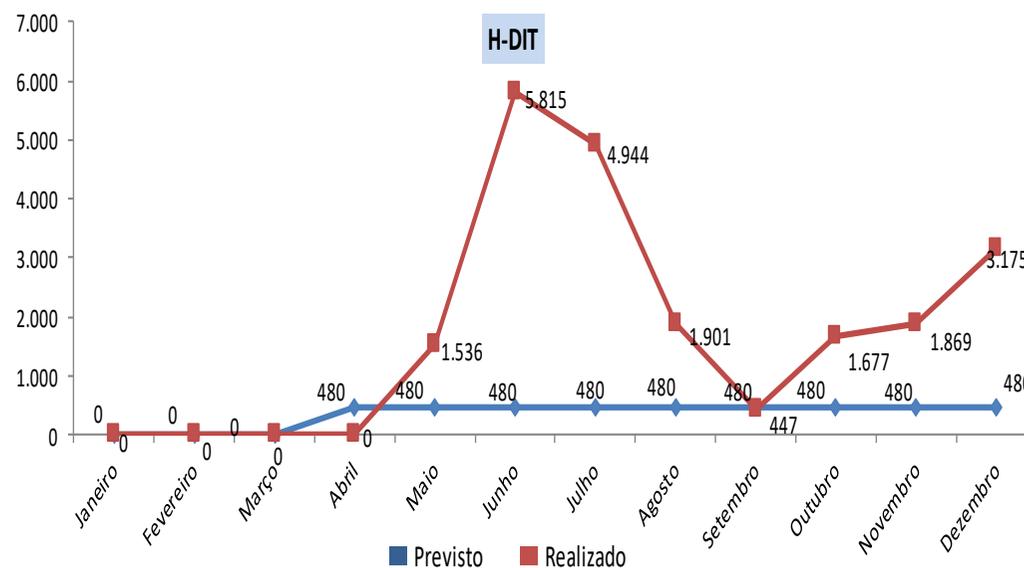
7 Ação 2 – Oferta de Serviços de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica

- ✓ Projetos para prestação de serviços tecnológicos;
- ✓ Projetos para transferência de tecnologia
- ✓ Projetos de fomento a ambientes de inovação

Macro Processo	Unidade Organizacional	Objetivo de Gestão	Data de Preenchimento
Prestação de Serviços	CEGECON - CENTRO DE GESTÃO EM EDUCAÇÃO CONTINUADA	Ampliar a oferta de Educação Profissional, atendendo os compromissos com a gratuidade e a demanda do setor produtivo	19/01/18

Tipo de Indicador	Indicador	Fórmula de Cálculo	Unidade de medida	Periodicidade de coleta	Polaridade
Processo	Índice de aluno-hora realizado	$(\text{Somatório do aluno-hora realizado}) / (\text{Somatório do aluno-hora previsto}) \times 100$	Percentual	Mensal	Maior = Melhor

	Período	Previsto	Realizado	Saldo/ Déficit	% Realização Realizado/ Previsto	Meta	*Δ Meta	Δ Ano Anterior
2017	Janeiro	0	0	0	-		-	
	Fevereiro	0	0	0	-		-	
	Março	0	0	0	-		-	
	Abril	480	0	480	-		-	
	Mai	480	1.536	1.056	320,0%	90%	355,6%	
	Junho	480	5.815	5.335	1211,5%		1346,1%	
	Julho	480	4.944	4.464	1030,0%		1144,4%	
	Agosto	480	1.901	1.421	396,0%		440,0%	
	Setembro	480	447	33	93,1%		103,5%	
	Outubro	480	1.677	1.197	349,4%		388,2%	
	Novembro	480	1.869	1.389	389,4%		432,6%	
	Dezembro	480	3.175	2.695	661,5%		735,0%	



*Legenda: Variação em relação à meta. Fórmula: Realizado / Meta (Faixas de medição: Vermelho [até 80% da meta]; Amarelo [até 95% da meta]; Verde [até 120% da meta]; Azul [acima de 120% da meta];)

Descrição das Metas / Desdobramento em relação aos aspectos de avaliação – CHAMAMENTO + PARCEIRO PRIVADO (Fundo verde)							
Dimensão	Indicadores	Ação/ Atividade	Estratégias	Temporalidad e	Quantificação	Descrever resultado alcançado	Indicativo de atingimento
Instituição	Políticas de educação profissional e de inovação	Aderência às Demandas locais	Oferta de cursos de acordo com as demandas levantadas Oferta de serviços tecnológicos e produção cultural	Abril a dezembro	Efetuar 10.665 matrículas em cursos	Foram realizadas 6640 matrículas, em 349 cursos ofertados	62,26%
		Desenvolvimento do ensino, pesquisa e extensão	Oferta de cursos de acordo com as demandas locais Realização de pesquisas de acordo com as	Abril a dezembro	Efetuar 10.665 matrículas em cursos Realizar 02 pesquisas científicas	Foram realizadas 6640 matrículas 01 pesquisa foi realizada 01 pesquisa está em andamento	62,26% 75%

			demandas locais. Oferta de atividades de extensão de acordo com as demandas locais		Realizar 5760 horas em atividades de transferência de conhecimento	15.271 horas, em atividades de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica e Atividades Prático-Acadêmicas	265,12%
	Interação e Comunicação com a comunidade interna e externa	Elaboração da política de comunicação Disponibilização de ferramentas de comunicação Efetivação da comunicação		Abril a dezembro	03 websites (01 para cada ITEGO) 03 contas no Facebook 03 Folders de divulgação das atividades	Ocorreram várias reuniões de planejamento entre a equipe do CEGECON e a equipe de comunicação da SED. Início da integração através de <i>links</i> entre o <i>site</i> do Cegecon com o <i>site</i> do Governo do Estado, na estrutura de dados de transparência. 03 contas no Facebook 03 folders	30% 100% 100%
	Existência de Projeto Político-Pedagógico e Projeto Político Institucional	Verificação da existência de PPP e PPI Análise dos conteúdos Adequações e ajustes		Abril a Dezembro	03 PPIs e 03 PPPs analisados, revisados e adequados à política da SED	Documentos analisados em visitas feitas aos ITEGOs. Documentos em fase de revisão.	85%
	Existência de documentos institucionais	Verificação da existência de documentos					

		estipulando os meios de execução das políticas de formação profissional e inovação	Análise dos conteúdos Adequações e ajustes				
		Existência de dados informando inscrições do público-alvo nos diferentes cursos oferecidos	Verificação da existência de dados Análise dos conteúdos Adequações e ajustes	Abril a Dezembro			
		Existência de ferramentas de medição da adesão do público-alvo às atividades do projeto	Verificação da existência de ferramentas Análise dos conteúdos Adequações e ajustes				
	Infraestrutura Física e Material	Implantação dos processos necessários à operacionalização das ações	Verificação da existência dos processos Análise dos fluxos Adequações e ajustes	Abril a Dezembro			
		Recursos de tecnologia da	Verificação da existência de			03 ITEGOs visitados,	Visitas realizadas. Materiais em fase de análise.

		informação e comunicação e Ferramentas de gestão e acompanhamento.	documentos, processos e recursos		analisados e adequados ao previsto no contrato		
		Plano de manutenção e atualização da infraestrutura e bens móveis.	Análise dos achados				
		Existência de processos, procedimentos e normas relacionados à adequada gestão e utilização dos recursos tecnológicos, dos materiais e do patrimônio	Adequações e ajustes				
		Existência de equipamentos, ambientes e insumos adequados ao funcionamento das atividades do projeto					
		Existência de manuais de procedimentos de inventário e catalogação de patrimônio material e imaterial e de gestão de insumos					
		Existência de material de comunicação					

		voltado ao público-alvo, informando sobre os usos, cuidados e segurança de equipamentos à disposição do projeto					
		Existência de procedimentos institucionais de segurança, manutenção e guarda dos bens e equipamentos					
Cursos	Currículo	Documentos institucionais e didáticos pedagógicos	Verificação da existência de documentos	Abril a Dezembro	03 ITEGOs visitados e com a documentação adequada às exigências da SED	Visitas realizadas. Documentos em fase de análise.	75%
		Perfil profissional de conclusão					
		Material didático-pedagógico					
		Estágio curricular e ou atividades complementares ou extracurriculares					
		Existência de ferramentas de medição da adesão do público-alvo às atividades do projeto					
		Existência de registros que demonstrem a atualidade dos					
			Análise dos conteúdos				
			Adequações e ajustes				

		conteúdos e sua correlação com as demandas do público-alvo e das empresas da região					
		Existência de registros que demonstrem integração com a prática – transmissão do conhecimento e inovação					
	Corpo Docente	Atuação do coordenador de cursos	Existência de ferramentas de avaliação da atuação da Coordenação	Abril a Dezembro	01 ferramenta de avaliação analisada e adequada às exigências da SED	Ferramentas de avaliação encontradas são precárias. Em fase de reelaboração.	75%
		Atuação dos professores	Existência de ferramentas de avaliação da atuação dos Professores e Tutores				
		Experiência dos professores no magistério e fora do magistério	Análise dos currículos dos Professores		150 currículos analisados	Currículos em fase de análise.	60%
		Taxa de formação/titulação do corpo docente	Existência de dados Análise dos dados				

			Produção de relatórios				
		Produção dos docentes	Levantamento de dados Análise dos dados Relatórios com sugestões e propostas				
		Existência de adequação entre formação académica e as disciplinas ministradas					
		Existência de registros de atividades de pesquisa e extensão devidamente chanceladas					
		Existência de atividades de atualização tecnológica e integração com novas ferramentas de ensino					
	Curso	Taxa de ocupação inicial do curso	Existência de dados Análise dos dados Relatórios com sugestões e propostas	Abril a Dezembro	300 cursos levantados	Dados já recolhidos sobre matrículas de 312 cursos. Em fase de tabulação de dados	80%
		Taxa de retenção no período	Existência de dados				

			Análise das ações realizadas Relatórios com sugestões e propostas				
		Permanência e êxito	Existência de dados Análise das ações realizadas Relatórios com sugestões e propostas				
		Taxa de evasão	Existência de dados Análise das ações realizadas Relatórios com sugestões e propostas				
Desenvolvimento e Inovação tecnológica	Serviços Tecnológicos	Serviços tecnológicos prestados as empresas/produtores	Mapeamento das demandas	Abril a Dezembro	Mapeamento e análise de 03 APLs	Mapeados 03 APLs. Dados e propostas em fase de análise e	80%

			Análise dos serviços prestados			discussão com os setores produtivos locais	
			Adequações e ajustes				
		Manutenção dos laboratórios					
		Existência de ferramentas de avaliação da percepção dos empresários sobre o trabalho dos ITEGOs	Análise da política e das práticas				
		Existência de meios de medir os resultados e os impactos da transferência de conhecimento nas iniciativas inovadoras	Adequações e ajustes				
		Existência de medição da satisfação do público-alvo diante dos serviços tecnológicos oferecidos					
	Ambientes de Inovação	Estabelecimento de ambiente adequado para a geração de novos negócios	Existência de plano de ação	Abril a Dezembro	02 incubadoras em funcionamento	Em fase de projetos	20%
		Sensibilização para o empreendedorismo inovador visando a	Análise das ações realizadas		01 empresa-júnior em funcionamento		

		promoção do surgimento de novos negócios	Adequações e ajustes		03 cafés tecnológicos realizados		
		Existência de ferramentas de medição dos novos negócios resultantes de incubação					
		Existência de registro do índice de sucesso das empresas incubadas					
		Existência de medição da percepção do público-alvo a respeito das atividades de inovação					
	Transferência de Tecnologia	Identificação das necessidades e gargalos para o desenvolvimento tecnológico e inovação	Análise das ações realizadas	Abril a Dezembro	01 relatório analítico	Em fase de levantamento de dados Realizada 01 conferência sobre Empreendedorismo e Inovação	33%
		Atividades de interação e troca de conhecimento	Adequações e ajustes		03 cafés tecnológicos		
		Existência de metas plausíveis para a realização de ações de transferência de tecnologia	Existência de plano de ação		01 feira de negócios e ideias		
			Análise das ações realizadas		02 oficinas de planejamento	Realizado 01 encontro de planejamento	

		Existência de medição da quantidade de parcerias firmadas com o setor privado	Adequações e ajustes							
		Existência de ferramenta de captação de novas parcerias acompanhamento das que estejam em andamento								
Estudantes	Percepção do Processo de Ensino e Aprendizagem	Monitoria e tutoria	Existência de plano de ação	Abril a Dezembro	10 monitores contratados	03 Núcleos de Apoio ao Estudantes em fase de projeto	20%			
		Projetos de extensão tecnológica ou tecnologias sociais						Análise das ações realizadas	02 projetos de extensão	01 pesquisa de satisfação em fase de preparação
		Projetos de inovação tecnológica ou pesquisa aplicada						Adequações e ajustes	01 projeto de pesquisa aplicada	01 projeto de pesquisa realizado
		Satisfação do estudante e mundo do trabalho							Criação de 03 Núcleos de Apoio aos Estudantes	
		Existência de ferramentas de medição do desempenho dos estudantes por área e geral							01 pesquisa de satisfação dos egressos	
		Existência de ferramenta de auto avaliação dos estudantes quanto ao próprio desempenho								

		Existência de atividades de acompanhamento e apoio psicopedagógico aos estudantes					
		Existência de atividades de estágio, colocação e outras de caráter prático-acadêmico					
		Existência de pesquisas de avaliação da percepção dos estudantes sobre os serviços prestados pelos ITEGOs					
		Existência de medição dos índices de colocação dos egressos no mundo do trabalho e do empreendedorismo					
Egressos	Desempenho e satisfação profissional	Índice de satisfação do egresso	Existência de ferramentas de medição	Abril a Dezembro	01 pesquisa de satisfação do egresso 01 pesquisa de satisfação do setor produtivo	02 pesquisas de satisfação em fase de preparação	50%
		Índice de satisfação do empregador	Análise dos dados				
		Taxa de inserção profissional	Adequações e ajustes				
		Taxa de vinculação com o mundo do trabalho na área de formação					

		Existência de medição da inserção dos egressos no mercado de trabalho e/ou em atividades empreendedoras							
		Existência de ferramenta de avaliação da satisfação dos egressos em relação às vivências e aprendizagem durante sua permanência no ITEGO							
		Existência de medição da taxa de inserção do egresso em atividades afins ao curso que concluiu no ITEGO							
								Média	78,92%

8 Processo administrativo

8 .1. Escopo: planejamento, retroalimentação de informações, informatização e padronização de processos, recursos humanos e patrimoniais

a) **Planejamento da qualificação da oferta de cursos e programas de educação profissional e do Desenvolvimento e Inovação Tecnológica**

Os cursos ofertados nos ITEGOs do Lote 4 estão expressos no Quadro abaixo de forma sintética, os dados analíticos estão contidos no ANEXO I deste relatório.

ITEGOs	Número de Cursos Ofertados	Número de Vagas Ofertadas
Em Artes Basileu França	220	4122
Goiandira Ayres do Couto	71	1258
Jerônimo Carlos do Prado	48	1177
Total	339	6557

b) **Planejamento trimestral de atividades e das estratégias**

Ver ANEXO II

c) Plano de Comunicação Interna e externa, e estratégias implantadas

Ver ANEXO IV

d) **Planejamento da programação para a formação continuada de Servidores**

Em fase inicial de elaboração.

e) **Pesquisa de satisfação**

Em fase de elaboração

f) **Pesquisa de acompanhamento dos egressos**

Em fase de elaboração

Gestão de pessoas:

g) **Estrutura de cargos e salários**

DEZEMBRO/2017	
CARGO	SALARIO
ANALISTA ADMINISTRATIVO I	R\$ 3.000,00
ANALISTA DE COMUNICAÇÃO	R\$ 2.580,00
ANALISTA FINANCEIRO	R\$ 3.000,00
ASSESSOR ADMINISTRATIVO	R\$ 6.500,00
ASSESSOR EXECUTIVO	R\$ 10.800,00
ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	R\$ 1.510,25
ASSISTENTE ADMINISTRATIVO II	R\$ 1.827,20
ASSISTENTE ADMINISTRATIVO III	R\$ 1.510,08
ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO	R\$ 1.510,08
ASSISTENTE DE T.I	R\$ 1.827,20
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	R\$ 1.251,75
BIBLIOTECÁRIO	R\$ 2.580,00
COMPRADOR (A) III	R\$ 3.000,00
CONTROLLER	R\$ 12.000,00
COORDENADOR (A) ADMINISTRATIVO	R\$ 3.200,00
COORDENADOR (A) GERAL	R\$ 12.000,00
COORDENADOR (A) PEDAGOGICO	R\$ 2.580,00
COORDENADOR TÉCNICO	R\$ 6.000,00
COORDENADORA PEDAGOGICA	R\$ 2.580,00
DESIGN	R\$ 1.510,08
GERENTE ADMINISTRATIVO	R\$ 6.500,00
GERENTE DE APOIO OPERACIONAL	R\$ 6.500,00
GERENTE DE GESTAO DE PESSOAS	R\$ 6.500,00
GERENTE TECNICO PEDAGOGICO	R\$ 6.500,00
ILUMINOTÉCNICO	R\$ 1.510,08
INSPETOR DE CORO	R\$ 1.251,75
INSTRUMENTOTECARIO	R\$ 1.251,75
MAESTRO	R\$ 2.580,00
MONTADOR I	R\$ 1.510,08
MOTORISTA	R\$ 1.133,97
PORTEIRO I	R\$ 1.251,75

h) **Nominata com o quantitativo dos servidores do
Parceiro Privado**

Ver ANEXO III

i) Processos Seletivos realizados de profissionais

PSS 007 - DEZEMBRO 2017									
QUANT. DE VAGAS ABERTAS	CARGO	VAGAS PREENCHIDAS							
		dez/17	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18	jul/18
2	Auxiliar de Serviços Gerais								
1	Assistente de DP								
1	Analista de TI		1						
1	Assessor de Comunicação		1						

PSS 008 - DEZEMBRO 2017 - EXCLUSIVO PARA PORTADORES DE NECESSIDADE ESPECIAIS									
QUANT. DE VAGAS ABERTAS	CARGO	VAGAS PREENCHIDAS							
		dez/17	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18	jul/18
1	Motorista								
1	Porteiro								
1	Recepcionista								
1	Inspetor de Turno								
1	Auxiliar Administrativo								
1	Assistente Administrativo								
1	Assistente de DP								
1	Design								
1	Analista de TI								
1	Bibliotecário								
1	Psicólogo Organizacional								

PSS 009 - DEZEMBRO 2017									
QUANT. DE VAGAS ABERTAS	CARGO	VAGAS PREENCHIDAS							
		dez/17	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18	jul/18
11	Jovem Aprendiz								
1	Operador de Máquinas e Sistema de Corte								
2	Operador de Máquinas								
1	Professor								

- ii) **Processos Seletivos realizados de alunos** – não se aplica

9 Processo pedagógico;

9.1. escopo: gestão democrática, aderência do currículo às demandas do setor produtivo, satisfação da clientela interna e externa

- ❖ Ações para promover a **Gestão democrática/Conselho Diretor** (participativo);
- ❖ Ações do **processo pedagógico**:
 - a) Plano de Ações adotadas para mitigar o abandono escolar e as estratégias implementadas
Iniciamos a coleta de dados sobre frequência dos alunos e dos participantes em atividades DIT. Após esta fase, serão realizadas as análises que nortearão o plano de ação.
 - b) Reuniões e encontros pedagógicos
Foram realizadas várias reuniões com os diretores dos ITEGOs bem como com as equipes pedagógicas e administrativas.
 - c) Planos de cursos elaborados ou revistos
Todos os planos de cursos estão em fase de revisão.
 - d) Matrizes curriculares validadas pelo setor produtivo
Matrizes em fase inicial de elaboração.
 - e) Material instrucional elaborado e disponibilizado (cadernos pedagógicos)

Os materiais são disponibilizados para que os alunos tirem fotocópias.

- f) Resultados acadêmicos
Relatórios em fase de elaboração.

10 Processo Desenvolvimento e Inovação Tecnológica

10.1. Escopo: acompanhamento contínuo das ações relativas as dimensões de DIT ao setor produtivo em especial os organizados em APL's.

APL	MUNICÍPIO POLO	MUNICÍPIOS ABRANGIDOS	QUANT. DE EMPRESAS	INVESTIMENTOS REALIZADOS	ITEGO VINCULADO
Apicultura da Serra da Dourada	Cidade de Goiás	Araguapaz, Aruanã, Britânia, Buriti de Goiás, Carmo do Rio Verde, Cidade de Goiás, Córrego do Ouro, Faina, Guaraíta, Heitorai, Itaberaí, Itaguarí, Itaguaru, Itapirapuã, Itapuranga, Itauçú, Jussara, Matrinchã, Morro Agudo, Mossâmedes, Mozarlândia, Mundo Novo, Nova Crixás, Sanclerlândia, Taquaral, Uruana	14 produtores	Aquisição de equipamentos para apicultura.	Goiás - ITEGO Goiandira Ayres do Couto Diretor: Sílvio Cordeiro dos Santos
Bananicultura de Buriti Alegre	Buriti Alegre	Buriti Alegre	51 produtores	Aquisição de máquina lavadora e higienizadora de caixa de bananas.	Goiatuba - ITEGO Jerônimo Carlos do Prado Diretor: Divino Alves de Souza
Confecção de Pontalina	Pontalina	Pontalina, Bom Jesus, Itumbiara, Goiatuba, Buriti Alegre, Rio Quente, Morrinhos, Joviânia, Aloândia, Vicentinópolis,	39 empresas	Equipamentos de confecção para compor laboratório de qualificação profissional e prestação de serviços de corte.	

		Edealina, Edéia, Indiara, Mairipotaba, Cromínia, Professor Jamil e Piracanjuba			
--	--	---	--	--	--

11 Conclusão

I. Informações iniciais

Conforme o Anexo III do Chamamento Público 008/2016, tem-se o seguinte Programa de Metas:

– PROGRAMA DE METAS

O presente Anexo técnico estabelece o conjunto de metas a serem cumpridas pela organização social selecionada.

1. *Projeção de oferta mínima de vagas em cursos e programas EPT:*

	LOTE 4					
	<i>Superior</i>	<i>Técnico</i>	<i>Qualificação</i>	<i>FIC</i>	<i>EAD/FI</i>	<i>EAD/FC</i>
<i>ANO I</i>	100	840	3.140	4.000	1.540	4.600
<i>ANO II</i>	100	840	3.140	4.000	1.540	4.600
<i>ANO III</i>	220	820	2.800	4.680	1.600	4.840

ANO IV	220	860	2.960	4.940	1.700	5.080
TOTAL	640	3.360	12.040	17.620	6.380	19.120

2. Oferta de serviços de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica – DIT e de Atividades Acadêmico-Prático – APA.

LOTE 4	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	TOTAL
DIT (horas)	5.760	5.760	4.320	4.320	20.160
APA (alunos)	1.420	1.420	1.500	1.580	5.920
SOMA					26.080

II. Resultados obtidos no período de 09 (nove) meses

Com base nos dados projetados e realizados, verificam-se os seguintes resultados:

a) Realização de oferta mínima de vagas em cursos e programas EPT:

Modalidade	Meta contratada no 1º ano	Meta de Abril-Dezembro/2017	Realizado entre Abril e Dezembro	Percentuais
Formação Profissional	14.220	10.665	6.640	62,26%

b) Realização de serviços de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica – DIT e de Atividades Acadêmico-Prático – APA.

Modalidade dos serviços	Vagas/Horas contratadas para 12 meses	Vagas/Horas contratadas para período Abril-Dezembro	Vagas/Horas realizadas entre Abril-Dezembro	Percentual alcançado
HDIT (horas)	5.760	4.320	1.716	433,13%*
APA (alunos)	1.420	1.065	21.608	
Soma	7.180	5.385	23.324	

* Para efeito de informação sobre o alcance da meta, considerou-se que a mesma foi atingida em 100%.

c) Resultados **obtidos conforme previsto no *Programa de Metas* (Anexo III) do edital**

Modalidade	Percentual realizado entre Abril e Dezembro	Índice de alcance da meta
Vagas/Matrículas em cursos e programas EPT	62,26%	62,26%
HDIT e APA	433,13%	100%
Média em 9 meses		81,13%

d) Resultado **das Metas Qualitativas: 78,92%**

ANEXO I – OFERTA DE CURSOS

Nº Cursos	ITEGO	Eixo Tecnológico	Área do Curso	Curso	Período de Oferta	Vagas
1	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma I (A)	Anual	24
2	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma I (B)	Anual	24
3	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma II (A)	Anual	23
4	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma II (B)	Anual	23
5	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma III (A)	Anual	25
6	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma III (B)	Anual	30
7	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma IV (A)	Anual	30
8	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Arte Educação	Turma IV (B)	Anual	30

9	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Curso Superior	Turma 1	Anual	20
10	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Curso Superior	Turma 2	Anual	20
11	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Curso Superior	Turma 3	Anual	20
12	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Curso Superior	Turma 4	Anual	20
13	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Núcleo Inclusão	Turma	Anual	25
14	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Circo	Artes Circenses Infanto Juvenil - Fase I	Anual	5
15	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Circo	Artes Circenses Infanto Juvenil - Fase II	Anual	47
16	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Circo	Etapa I: Formação em Artes Circenses I - Iniciante (adulto)	Anual	52
17	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Circo	Etapa II: Formação em Artes Circenses II - Iniciado (adulto)	Anual	15
18	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Circo	Etapa III: Formação em Artes Circenses III - Intermediário (adulto)	Anual	15
19	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Circo	Curso Livre - Tecido Acrobático	Anual	15

20	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral - Módulo I (Infantil)	Anual	20
21	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral - Módulo II (Infantil)	Anual	20
22	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral - Módulo III (Infantil)	Anual	20
23	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral - Módulo IV (Infantil)	Anual	20
24	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral - Módulo V (Infantil)	Anual	20
25	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Projeto Melhor Idade	Anual	20
26	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral I	Anual	20
27	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral II	Anual	20
28	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral I	Anual	20
29	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral II	Anual	20
30	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Curso Livre - Palhaçaria Teatral	Anual	20

31	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	teatro ser	Anual	20
32	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Curso Livre - Interpretação para Câmera	Anual	20
33	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral II	Anual	20
34	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral II	Anual	20
35	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral II	Anual	20
36	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Interpretação Teatral I	Anual	20
37	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	Curso Livre - Interpretação para Câmera	Anual	20
38	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Teatro	CURSO TÉCNICO	Anual	15
39	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
40	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
41	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15

42	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
43	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
44	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
45	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
46	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Adereços para Decoração de festas e Cenários Artísticos	Anual	20
47	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Pintura I	Anual	20
48	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Anual	15
49	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Bonecas e Objetos em Tecido	Anual	20
50	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Pintura II	Anual	20
51	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
52	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15

53	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Jato de Areia sobre Vidro	Anual	20
54	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Cartonagem	Anual	20
55	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Mandalas e Móviles	Anual	20
56	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Madeiras/Pinturas Especiais em Objetos Decorativos	Anual	20
57	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Cerâmica Artesanal Vitrificada	Anual	20
58	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	História da Arte	Anual	20
59	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Aerografia	Anual	20
60	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Porcelana	Anual	20
61	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Pintura em Tecido	Anual	20
62	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Restauração de Arte Sacra	Anual	20
63	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Laboratório de Perspectiva Artística	Anual	20

64	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Pintura em Papel	Anual	20
65	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Produção de Histórias em Quadrinhos e Fanzines	Anual	20
66	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Cerâmica Utilitária	Anual	20
67	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Desenho	Anual	20
68	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Anual	15
69	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Anual	15
70	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Anual	15
71	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Anual	15
72	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Anual	15
73	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
74	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15

75	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
76	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
77	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
78	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
79	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
80	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
81	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
82	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
83	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
84	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
85	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15

86	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
87	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
88	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
89	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
90	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
91	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
92	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
93	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
94	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
95	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
96	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15

97	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
98	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
99	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Curso Livre	Trimestral	15
100	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Sinfônica Jovem Pedro Ludovico B	Anual	35
101	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Sinfônica Jovem de Goiás A	Anual	35
102	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral Adulto I	Anual	35
103	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral Jovem	Anual	35
104	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral Soul	Anual	35
105	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Banda Sinfônica Jovem de Goiás	Anual	35
106	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral Adulto II	Anual	35
107	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Mozart A Ensaio TUTTI	Anual	35

108	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Mozart A Ensaio Naípe	Anual	35
109	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Mozart A Vivência Musical	Anual	35
110	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coro Sinfônico Jovem de Goiás	Anual	35
111	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 2º ano	Anual	15
112	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 2º ano	Anual	15
113	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 3º ano	Anual	15
114	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 4º ano	Anual	15
115	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 5º ano	Anual	15
116	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	1º nível	Anual	15
117	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 3º ano	Anual	15
118	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 3º ano	Anual	15

119	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 2º ano	Anual	15
120	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 2º ano	Anual	15
121	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 3º ano	Anual	15
122	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 4º ano	Anual	15
123	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 5º ano	Anual	15
124	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	1º nível	Anual	15
125	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 2º ano	Anual	15
126	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 3º ano	Anual	15
127	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	1º nível	Anual	15
128	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 2º ano	Anual	15
129	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 3º ano	Anual	15

130	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 4º ano	Anual	15
131	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 5º ano	Anual	15
132	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral Pequenas Vozes	Anual	35
133	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral Pequenas Vozes	Anual	35
134	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Coral de Câmara Feminino	Anual	35
135	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	1º nível	Anual	35
136	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Violão	Anual	35
137	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	1º nível	Anual	35
138	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Violão	Anual	15
139	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Infantil - 2º ano	Anual	15
140	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Fic - Adulto - 2º ano	Anual	15

141	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Mozart A Ensaio TUTTI	Anual	35
142	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Mozart A Ensaio Naípe	Anual	35
143	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Orquestra Mozart A Vivência Musical	Anual	35
144	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Violão	Anual	15
145	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Canto Erudito	Anual	60
146	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Canto Erudito	Anual	60
147	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Canto Popular	Anual	60
148	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Oficina de Canto Popular	Anual	60
149	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Regência Instrumental e Vocal	Anual	15
150	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Baby Class	Anual	10
151	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Baby Class	Anual	10

152	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Baby Class	Anual	10
153	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Baby Class	Anual	10
154	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Baby Class	Anual	10
155	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Clássico Intermediário	Anual	5
156	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet do Teatro Escola Basileu França	Anual	10
157	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau I	Anual	8
158	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau I	Anual	8
159	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau I	Anual	8
160	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau I	Anual	8
161	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau I	Anual	8
162	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau II	Anual	4

163	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau II	Anual	4
164	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau II	Anual	4
165	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau II	Anual	4
166	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau III	Anual	4
167	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau III	Anual	3
168	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau III	Anual	3
169	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau III	Anual	4
170	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau IV	Anual	3
171	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau IV	Anual	3
172	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau IV	Anual	4
173	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau V	Anual	5

174	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau V	Anual	5
175	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Grau V	Anual	5
176	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	13
177	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	13
178	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	13
179	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	13
180	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	13
181	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	13
182	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório I	Anual	17
183	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	14
184	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	14

185	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	14
186	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	14
187	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	14
188	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	14
189	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Ballet Preparatório II	Anual	16
190	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Cia Basileu França de Teatro Musical	Anual	15
191	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Cia de Dança Basileu França	Anual	15
192	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Dança Urbana - Adulto	Anual	15
193	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Fraldinha	Anual	15
194	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Fraldinha	Anual	15
195	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Infantil	Anual	15

196	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Infantil	Anual	15
197	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Juvenil	Anual	15
198	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Juvenil de Dança Urbana	Anual	15
199	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança do Ventre II	Anual	15
200	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança Moderna e Contemporânea I	Anual	15
201	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança Moderna e Contemporânea II	Anual	15
202	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança Moderna e Contemporânea Infanto Juvenil	Anual	15
203	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança Urbana I	Anual	15
204	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança Urbana II	Anual	15
205	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Dança Urbana Infantil	Anual	15
206	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Jazz I	Anual	15

207	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Jazz II	Anual	15
208	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Jazz Infanto Juvenil	Anual	15
209	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Corpo de Baile Infantil Danças Urbanas	Anual	15
210	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Técnico em Ballet Clássico	Anual	10
211	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Técnico em Ballet Clássico	Anual	10
212	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Técnico em Ballet Comtemporaneo	Anual	15
213	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Dança	Técnico em Ballet Comtemporaneo	Anual	19
214	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Artes Visuais	Técnico em Artes visuais	Anual	50
215	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Música	Técnico em Música	Anual	85
216	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO ALIMENTÍCIA	Pronatec	PREPARADOR DE DOCES E CONSERVAS	Trimestral	20
217	Em Artes Basileu França	GESTÃO E NEGOCIOS	Pronatec	TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO	Anual	20

218	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Pronatec	TÉCNICO EM CENOGRAFIA	Anual	20
219	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Pronatec	TÉCNICO EM INSTRUMENTO MUSICAL E VIOLÃO	Anual	20
220	Em Artes Basileu França	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	Pronatec	TÉCNICO EM INSTRUMENTO MUSICAL E VIOLÃO	Anual	20
221	Goiandira Ayres do Couto	RECURSOS NATURAIS	ITEGO	ASSISTENTE AMBIENTAL - MÓDULO I - TURMA A	Trimestral	30
222	Goiandira Ayres do Couto	RECURSOS NATURAIS	ITEGO	ASSISTENTE AMBIENTAL - MÓDULO II - TURMA A	Trimestral	30
223	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO INDUSTRIAL	PRONATEC	CONFECIONADOR DE LINGERIE E MODA PRAIA	Trimestral	30
224	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO INDUSTRIAL	PRONATEC	COSTUREIRO DE MÁQUINA RETA E OVERLOQUE	Trimestral	20
225	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO INDUSTRIAL	PRONATEC	COSTUREIRO DE MÁQUINA RETA E OVERLOQUE	Trimestral	30
226	Goiandira Ayres do Couto	AMBIENTE E SAÚDE	ITEGO	CUIDADOS APLICADOS ÀS FERIDAS - TURMA A	Trimestral	20

227	Goiandira Ayres do Couto	RECURSOS NATURAIS	ITEGO	HORTICULTOR ORGÂNICO - MÓDULO I - TURMA A	Trimestral	20
228	Goiandira Ayres do Couto	RECURSOS NATURAIS	ITEGO	HORTICULTOR ORGÂNICO - MÓDULO II - TURMA A	Trimestral	20
229	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	5
230	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	INFORMÁTICA BÁSICA	Trimestral	40
231	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA D	Trimestral	15
232	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TERCEIRA IDADE -TURMA A	Trimestral	10
233	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	12
234	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	10
235	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	12

236	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	10
237	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	25
238	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA B	Trimestral	5
239	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA B	Trimestral	10
240	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA B	Trimestral	25
241	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA B	Trimestral	10
242	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA B	Trimestral	10
243	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA C	Trimestral	5
244	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA C	Trimestral	10
245	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA C	Trimestral	15

246	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA C	Trimestral	10
247	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA D	Trimestral	10
248	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA D	Trimestral	5
249	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA D	Trimestral	10
250	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA E	Trimestral	4
251	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA E	Trimestral	10
252	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA F	Trimestral	5
253	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA F	Trimestral	10
254	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA G	Trimestral	5
255	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA G	Trimestral	10

256	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA H	Trimestral	5
257	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA H	Trimestral	10
258	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA I	Trimestral	5
259	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA I	Trimestral	10
260	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMÁTICA BÁSICA - TURMA J	Trimestral	10
261	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	INFRORMÁTICA AVANÇADA	Trimestral	30
262	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLES BÁSICO I - MÓDULO I - TURMA A	Trimestral	15
263	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS BÁSICO I - MÓDULO I - TURMA B	Trimestral	15
264	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS BÁSICO I - MÓDULO II - TURMA A	Trimestral	15
265	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS BÁSICO I - MÓDULO III - TURMA A	Trimestral	15

266	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS BÁSICO I - MÓDULO IV - TURMA A	Trimestral	15
267	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS INTERMEDIÁRIO - MÓDULO III - TURMA A	Trimestral	15
268	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS INTERMEDIÁRIO - MÓDULO IV - TURMA A	Trimestral	15
269	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	INGLÊS INTERMEDIÁRIO - MÓDULO V - TURMA A	Trimestral	15
270	Goiandira Ayres do Couto	DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL	ITEGO	MAEMÁTICA BÁSICA - TURMA A	Trimestral	30
271	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	MATEMÁTICA FINANCEIRA - TURMA A	Trimestral	30
272	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO INDUSTRIAL	PRONATEC	MODELISTA DE ROUPAS	Trimestral	30
273	Goiandira Ayres do Couto	INFRAESTRUTURA	PRONATEC	PEDREIRO DE ALVENARIA	Trimestral	30
274	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO ALIMENTÍCIA	PRONATEC- MULHERES MIL	PREPARADOER DE DOCES E CONSERVAS	Trimestral	20

275	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO ALIMENTÍCIA	PRONATEC	PREPARADOR DE DOCES E CONSERVAS	Trimestral	30
276	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO ALIMENTÍCIA	PRONATEC	PREPARADOR DE DOCES E CONSERVAS - NOTURNO	Trimestral	20
277	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO ALIMENTÍCIA	PRONATEC- MULHERES MIL	PREPARADOR DE DOCES E CONSERVAS - VESPERTINO	Trimestral	20
278	Goiandira Ayres do Couto	PRODUÇÃO ALIMENTÍCIA	PRONATEC	PRODUTOR DE DERIVADOS DO LEITE	Trimestral	30
279	Goiandira Ayres do Couto	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	REDAÇÃO	Trimestral	25
280	Goiandira Ayres do Couto	TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER	PRONATEC- MULHERES MIL	SALGADEIRO	Trimestral	20
281	Goiandira Ayres do Couto	AMBIENTE E SAÚDE	ITEGO	TÉCNICO EM ENFERMAGEM - TURMA 2014-B	Anual	30
282	Goiandira Ayres do Couto	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO	Anual	20
283	Goiandira Ayres do Couto	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO	Anual	20

284	Goiandira Ayres do Couto	GESTÃO E NEGÓCIOS	MEDIOTEC	TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO - PRESENCIAL	Anual	30
285	Goiandira Ayres do Couto	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM CONTABILIDADE	Anual	20
286	Goiandira Ayres do Couto	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM CONTABILIDADE	Anual	20
287	Goiandira Ayres do Couto	AMBIENTE E SAÚDE	ITEGO	TÉCNICO EM ENFERMAGEM - TURMA 2014-A	Anual	30
288	Goiandira Ayres do Couto	AMBIENTE, SAÚDE E SEGURANÇA	MEDIOTEC	TÉCNICO EM ESTÉTICA - PRESENCIAL	Anual	25
289	Goiandira Ayres do Couto	TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER	PRONATEC	TÉCNICO EM HOSPEDAGEM	Anual	20
290	Goiandira Ayres do Couto	TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER	PRONATEC	TÉCNICO EM HOSPEDAGEM	Anual	35
291	Goiandira Ayres do Couto	AMBIENTE, SAÚDE E SEGURANÇA	MEDIOTEC	TÉCNICO EM MASSOTERAPIA - PRESENCIAL	Anual	25
292	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	ITEGO	ARTESANATO(BORDADOS) VESPERTINO	Trimestral	25
293	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	Trimestral	20

294	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	Trimestral	25
295	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	Trimestral	30
296	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE E SAÚDE	PRONATEC	CABELEIREIRO	Trimestral	30
297	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	CORTE INDUSTRIAL MODA INTIMA	Trimestral	24
298	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	COSTURA INDUSTRIAL	Trimestral	24
299	Jerônimo Carlos do Prado	PRODUÇÃO INDUSTRIAL	PRONATEC	COSTUREIRO DE MÁQUINA RETA E OVERLOQUE	Trimestral	20
300	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE E SAÚDE	PRONATEC	CUIDADOR DE IDOSOS	Trimestral	30
301	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE E SAÚDE	OS	CUIDADOR DE IDOSOS	Trimestral	25
302	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	ITEGO	DESIGNER SOBRANCELHAS NOTURNO	Trimestral	20
303	Jerônimo Carlos do Prado	RECURSOS NATURAIS	PRONATEC	HORTICULTOR ORGÂNICO	Trimestral	20

304	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATÁCIA BÁSICA	Trimestral	20
305	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	INFORMÁTICA AVANÇADA	Trimestral	20
306	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA AVANÇADA	Trimestral	20
307	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA AVANÇADA MATUTINO	Trimestral	20
308	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA AVANÇADA NOTURNO	Trimestral	20
309	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	INFORMÁTICA BÁSICA	Trimestral	20
310	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	INFORMÁTICA BÁSICA	Trimestral	24
311	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA BASICA MATUTINO	Trimestral	20
312	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA BASICA MATUTINO	Trimestral	20
313	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA BASICA MATUTINO	Trimestral	20

314	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA BASICA NOTURNO	Trimestral	20
315	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA BASICA NOTURNO	Trimestral	20
316	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA NOTURNO - TURMA 1	trimestral	25
317	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	INFORMATICA NOTURNO - TURMA 2	Trimestral	25
318	Jerônimo Carlos do Prado	INFRAESTRUTURA	PRONATEC	INSTALADOR HIDRÁULICO RESIDENCIAL	Trimestral	20
319	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	MANUTENÇÃO E MONTAGEM DE COMPUTADOR	Trimestral	20
320	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE E SAÚDE	PRONATEC	MAQUIADOR	Trimestral	30
321	Jerônimo Carlos do Prado	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN	PRONATEC	MÚSICO DE BANDA	Trimestral	20
322	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	OPER. MANUTENÇÃO DE PÁ CARREGADEIRA	Trimestral	12
323	Jerônimo Carlos do Prado	INFRAESTRUTURA	PRONATEC	PINTOR DE OBRAS IMOBILIÁRIAS	Trimestral	20

324	Jerônimo Carlos do Prado	RECURSOS NATURAIS	PRONATEC	PISCICULTOR	Trimestral	30
325	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	ITEGO	PREPARATORIO PARA VESTIBULAR	Trimestral	25
326	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGOCIOS	MEDIOTEC	TÉCNICO EM AÇUCAR E ALCOOL	Trimestral	30
327	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGOCIOS	MEDIOTEC	TÉCNICO EM AGRONEGOCIO	Trimestral	30
328	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM CONTABILIDADE	Anual	20
329	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE, SAÚDE E SEGURANÇA	ITEGO	TÉCNICO EM ENFERMAGEM	Anual	30
330	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE, SAÚDE E SEGURANÇA	OS	TÉCNICO EM ENFERMAGEM	Anual	90
331	Jerônimo Carlos do Prado	AMBIENTE, SAÚDE E SEGURANÇA	PRONATEC	TÉCNICO EM ENFERMAGEM	Anual	24
332	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM LOGISTICA	Anual	20
333	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM SECRETARIADO	Anual	18

334	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO EM NEGÓCIOS	ITEGO	TÉCNICO EM SEGURANÇA DO TRABALHO	Anual	30
335	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM SEGURANÇA DO TRABALHO	Anual	35
336	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGÓCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM SEGURANÇA DO TRABALHO	Anual	25
337	Jerônimo Carlos do Prado	GESTÃO E NEGOCIOS	PRONATEC	TÉCNICO EM SGURANÇA DO TRABALHO	Anual	17
338	Jerônimo Carlos do Prado	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	OS	INFORMÁTICA BÁSICA	Anual	24
339	Jerônimo Carlos do Prado	RECURSOS NATURAIS	PRONATEC	VIVEIRICULTOR	Trimestral	20

ANEXO II – PLANO TRIMESTRAL

Plano de Trabalho Trimestral
Superintendência Técnico- Pedagógica
Janeiro-Fevereiro-Março/2018

ITEGO	Tecnológico					
	Vagas			Carga horária		
	Contratadas 12 meses	Realizadas 9 meses	Planejadas 3 meses	Contratada 12 meses	Realizada 9 meses	Planejada 3 meses
Basileu França	100	119	40	58.400	69.496	23.360
Jerônimo Carlos do Prado	0	0	0	0	0	0
Goiandira do Couto	0	0	0	0	0	0
Wilson Cavalcante Nogueira	0	0	0	0	0	0
TOTAIS	100	119	40	58.400	69.496	23.360

Técnico					
Vagas			Carga horária		
Contratadas 12 meses	Realizadas 9 meses	Planejadas 3 meses	Contratada 12 meses	Realizada 9 meses	Planejada 3 meses
380	287	195	304.000	229.600	156.000
180	145	210	144.000	116.000	168.000
180	34	50	144.000	27.200	40.000
100	0	25	88.000	0	22.000
840	466	480	680.000	372.800	386.000

FIC - Qualificação											
Vagas						Carga horária					
Contratadas 12 meses		Realizadas 9 meses		Planejadas 3 meses		Contratada 12 meses		Realizada 9 meses		Planejada 3 meses	
Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD
1.300	380	2.087	0	843	32	260.000	76.000	417.400	0	168.600	6.333
720	580	111	0	1.330	48	144.000	116.000	22.200	0	266.000	9.667
680	580	0	0	170	48	136.000	116.000	0	0	34.000	9.667
440	0	0	0	110	0	88.000	0	0	0	22.000	0
3.140	1.540	2.198	0	2.453	128	628.000	308.000	439.600	0	490.600	25.667

FIC - Capacitação											
Vagas						Carga horária					
Contratadas 12 meses		Realizadas 9 meses		Planejadas 3 meses		Contratada 12 meses		Realizada 9 meses		Planejada 3 meses	
Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD	Pres.	EaD
2.160	1.160	2.007	0	1.873	97	216.000	116.000	200.700	0	187.300	9.667
720	1.720	362	0	450	143	72.000	172.000	36.200	0	45.000	14.333
680	1.720	508	0	320	143	68.000	172.000	50.800	0	32.000	14.333
440	0	0	0	110	0	44.000	0	0	0	11.000	0
4.000	4.600	2.877	0	2.753	383	400.000	460.000	287.700	0	275.300	38.333

DIT/APA					
Vagas			Carga horária		
Contratadas 12 meses	Realizadas 9 meses	Planejadas 3 meses	Contratada 12 meses	Realizada 9 meses	Planejada 3 meses
355	23.545	30	1.440	7.908	120
355	1.008	30	1.440	78	120
355	328	30	1.440	82	120
355	0	30	1.440	0	360
1.420	24.881	118	5.760	8.068	720

JANEIRO-FEVEREIRO-MARÇO/2018					
Ação		Incidência nas Metas		Responsável	Produto
		Indicadores Qualitativos			
1.	Elaborar o plano de ação anual para o ano letivo de 2018.	Todos os indicadores		STP1	Plano de trabalho pronto
2.	Finalizar as contratações dos processos seletivos simplificados já realizados.	Corpo Docente		STP + RH	Contratos de trabalho assinados
3.	Acompanhar a governança dos APLs nas cidades de Goiás, Buriti Alegre e Pontalina.	Ambientes de Inovação Transferência de Tecnologia		STP/Ger DIT	Relatórios de acompanhamento
4.	Realizar o Processo Seletivo Simplificado para completar as vagas que não foram supridas nos processos anteriores, para os COTECs.	Corpo Docente Ambientes de Inovação Serviços Tecnológicos		STP/Ger DIT + RH	Relatório do processo

1 STP: Superintendência Técnico-Pedagógica.

5.	Realizar estudo de levantamento das principais demandas por formação profissional e transferência de tecnologia, nos municípios da região abrangida pelo Lote 4.	<p>Políticas de formação profissional e inovação</p> <p>Transferência de tecnologia</p> <p>Ambientes de Inovação</p> <p>Serviços Tecnológicos</p>	STP	Relatórios conclusivos das pesquisas
6.	Realizar, em todos os ITEGOs, levantamento e análise da viabilidade de ofertas para novos cursos, nas modalidades: técnico, pós-técnico, graduação tecnológica e pós-graduação tecnológica, visando à adequação às metas estabelecidas.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios dos levantamentos
7.	Iniciar os levantamentos de demanda para proposição de novos cursos de Formação Inicial e Continuada (FIC) e estudos, considerando a viabilidade orçamentária e de logística para	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios dos levantamentos

	atender de modo itinerante toda a região do lote 4.			
8.	Iniciar estudos dos custos dos cursos atuais para subsidiar o planejamento das futuras ofertas de cursos, dentro das margens dos recursos orçamentários definidos para cada ITEGO e seus COTECs, de modo adequado ao cumprimento de metas e às disponibilidades econômicas definidas no contrato de gestão.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios dos estudos
9.	Realizar estudos em todos os ITEGOs do Lote 04, visando as adequações das disponibilidades de horários do corpo de professores e técnicos em relação às cargas-horárias das disciplinas ofertadas em cada curso, considerando, além do	Corpo Docente	STP	Relatórios dos estudos

	equilíbrio de demanda e oferta de horários, as adequações orçamentárias que se apresentarem necessárias.			
10.	Fechar grade horária para próximo semestre com os coordenadores.	Corpo Docente	STP	Grade horária disponibilizada
11.	Realizar processo seletivo correspondente às novas demandas dos ITEGOs para suprir as necessidades dos novos cursos a serem ofertados.	Corpo Docente Ambientes de Inovação Serviços Tecnológicos	STP + RH	Relatório do processo
12.	Definir junto à diretoria do ITEGO Basileu França os cursos que devem ser implantados na sua unidade e nos COTECs a ele vinculados, nas cidades de Nerópolis, Senador Canedo, Goianira e a possível abertura de COTEC na cidade de Bela Vista	Políticas de Educação Profissional e de Inovação Infraestrutura Física e Material Corpo Docente Serviços Tecnológicos	STP	Relatórios das reuniões

	de Goiás para a oferta de cursos demandados localmente.			
13.	Definir junto à diretoria do ITEGO Goiandyra do Couto (Cidade de Goiás) os cursos que devem ser implantados na sua unidade e nos COTECs a ele vinculados.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação Infraestrutura Física e Material Corpo Docente Serviços Tecnológicos	STP	Relatórios das reuniões
14.	Definir junto à diretoria do ITEGO Jerônimo Carlos do Prado (Goiatuba) os cursos que devem ser implantados na sua unidade e nos COTECs a ele vinculados.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação Infraestrutura Física e Material Corpo Docente Serviços Tecnológicos	STP	Relatórios das reuniões
15.	Promover a implantação da plataforma de EaD (AVA) em todos os ITEGOs e COTECs.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação Infraestrutura Física e Material Corpo Docente Estudantes Serviços Tecnológicos	STP	Plataforma de EaD em funcionamento

16.	Implantar as estruturas de apoio e de logística às atividades de EaD, nos ITEGOs e nos COTECs.	<p>Políticas de Educação Profissional e de Inovação</p> <p>Infraestrutura Física e Material</p> <p>Corpo Docente</p> <p>Estudantes</p> <p>Serviços Tecnológicos</p>	STP	Estrutura em operação
17.	Realizar a divulgação e ações para captação de alunos nos municípios que compõem o Lote 4, para os cursos de EaD.	<p>Políticas de Educação Profissional e de Inovação</p> <p>Infraestrutura Física e Material</p> <p>Corpo Docente</p> <p>Estudantes</p> <p>Serviços Tecnológicos</p>	STP	Estrutura em operação
18.	Iniciar a oferta e a realização das matrículas nos cursos em EaD para o início das aulas EaD/ FI e EaD/FIC.	<p>Curso</p> <p>Estudantes</p>	STP	Relatórios das ofertas do cursos e com dados das matrículas
19.	Renovar as autorizações dos cursos dos ITEGOs junto ao CEE e cumprir as possíveis exigências	<p>Políticas de Educação Profissional e de Inovação</p> <p>Curso</p>	STP	Documentos do CEE e outros

	documentais que possam surgir, incluindo as que tratam das licenças de funcionamento dos órgãos de controle (Bombeiros, Meio Ambiente etc.).			
20.	Realizar procedimentos de inscrição do CEGECON nos cadastros do CNPq, da Receita Federal, do MCT e outros, para parcerias com Instituições de projetos de iniciação científica.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação Transferência de Tecnologia	STP	Documentos dos registros
21.	Realizar estudos e planejamento para atualização dos acervos bibliotecários nos ITEGOs.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios dos estudos
22.	Iniciar procedimentos para Implantação das Comissões Permanentes de Avaliação (CPAs) nos ITEGOs.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios das reuniões
23.	Iniciar procedimentos para Implantação dos Núcleos de	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios das reuniões

	Apoio aos Estudantes (NAEs) nos ITEGOs.			
24.	Atualizar os Regimentos Internos e os Projetos Políticos Pedagógicos dos ITEGOs, descrevendo a parceria com o CEGECON, os quais deverão ser encaminhados ao Conselho de Estadual de Educação.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Documentos atualizados e registrados
25.	Atualizar a documentação dos planos de curso, com indicação do total de aulas práticas e de aulas teóricas, atividades complementares e TCC.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Documentos atualizados
26.	Iniciar procedimentos para implantações dos Planos de Desenvolvimento Institucional – PDI.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios das reuniões
27.	Proceder revisões dos manuais existentes e iniciar a elaboração	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Manuais disponibilizados

	dos novos para alunos, atividades da secretaria, professores e para os laboratórios.			
28.	Dar continuidade à implantação dos softwares de Gestão Acadêmica em todos os ITEGOs do Lote 04.	Infraestrutura Física e Material Serviços Tecnológicos	STP	Sistemas em operação. Relatórios.
29.	Implantar ferramentas de avaliação das atividades acadêmico-pedagógicas dos ITEGOs.	Curso Percepção do Processo de Ensino e Aprendizagem Serviços Tecnológicos	STP	Ferramentas em operação. Relatórios.
30.	Iniciar procedimentos para implantação de incubadoras nos ITEGOs.	Ambientes de Inovação Transferência de Tecnologia	STP/Ger DIT	Relatórios das reuniões
31.	Desenvolver ferramentas para aferições de atividades de Desenvolvimento e Transferência de Tecnologia.	Ambientes de Inovação Transferência de Tecnologia	STP/Ger DIT	Ferramentas em uso. Relatórios.

32.	Desenvolver ferramentas para aferições de atividades de captação de parcerias privadas.	Ambientes de Inovação Transferência de Tecnologia	STP/Ger DIT	Ferramentas em uso. Relatórios.
33.	Iniciar planejamento para captação de parcerias com os setores públicos, privados e organizações internacionais.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP/Ger DIT	Plano de ação.
34.	Proceder, por meio da equipe do CEGECON, os levantamentos das atividades produtivas locais nas cidades de Goiás, Buriti Alegre, Bela Vista de Goiás, Itumbiara e Pontalina, para identificar as associações de empresários que fazem parte dos Arranjos Produtivos Locais, promovendo reuniões para identificação de fatores impeditivos às atividades de DIT e ajustes nas estruturas dos COTECs, responsáveis pelas	Ambientes de Inovação Transferência de Tecnologia	STP/Ger DIT	Relatórios dos levantamentos

	ações de apoio e desenvolvimento das atividades.			
35.	Elaborar, junto às diretorias dos ITEGOs, Projetos de Atividades de Prática Acadêmica a serem realizadas no ano de 2018.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Projetos elaborados
36.	Sistematizar e elaborar juntamente com a direção e coordenação os Projetos DIT nos ITEGOs, para possibilitar criação de estrutura para Empresas Junior e Incubadoras.	Ambientes de Inovação Transferência de Tecnologia	STP/Ger DIT	Projetos de DIT elaborados
37.	Realizar procedimentos para recuperação de senha e login do sistema e-mec com Procurador Institucional do ITEGO em Artes Basileu França.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios
38.	Implantar sistema de coordenação da logística do processo seletivo e sua	Serviços Tecnológicos	STP	Sistema em operação. Relatórios.

	realização por meio de testes de aptidão, para os cursos no ITEGO em Artes Basileu França.			
39.	Realização das matrículas nos cursos ofertados na grade do ano letivo de 2018.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Matrículas efetuadas. Relatórios.
40.	Apoiar o processo seletivo para o curso superior de Artes Cênicas, por meio de concurso vestibular, no ITEGO em Artes Basileu França.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios do processo
41.	Apoiar a realização das matrículas dos candidatos aprovados no vestibular.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Matrículas efetuadas. Relatórios.
42.	Iniciar estudos de viabilidade visando a elaboração, juntamente com a equipe gestora do ITEGO em Artes Basileu França, dos Projetos Pedagógicos para o Ensino	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatórios dos estudos

	Superior EAD dos Cursos Tecnológicos em Sustentabilidade; <i>Design</i> de Moda; e a previsão orçamentária para criação e implantação dos referidos cursos.			
43.	Referendar e registrar o calendário escolar de 2018 de todos os ITEGOs, respeitando a legislação e os dias letivos obrigatórios.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Calendário escolar publicado
44.	Elaborar, juntamente com o coordenador do Curso de Cênica, e protocolar no e-MEC os Cursos de Pós-Graduação do ITEGO em Artes Basileu França.	Políticas de Educação Profissional e de Inovação	STP	Relatório do protocolo
45.	Realizar estudos, em todos os ITEGOs, para levantamento das demandas de horários de atividades por disciplina em cada curso e verificar a	Políticas de Educação Profissional e de Inovação Corpo Docente	STP	Relatórios dos estudos

	compatibilidade com as cargas-horárias dos professores com os relatórios dos custos de pessoal e encargos respectivos a cada curso em atividade.			
--	--	--	--	--



ANEXO III

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
ADILEIA GARCIA RAMOS	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
ADRIANA LEMES DIAS VIEIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
ADRIANA MAGRE DE BRITO	PROFESSOR II	CELETISTA
ADRIANE FERREIRA CARVALHO COSTA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
ABADIA ELOIZA CAMPOS	PROFESSOR I	CELETISTA
ALESSANDRA RODRIGUES DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
ANGELA MARIA DE CARVALHO SARTES	PROFESSOR I	CELETISTA
ALAIR MALTA SEGURADO	PROFESSOR I	CELETISTA
ALESSON SILVA SOUSA	PROFESSOR I	CELETISTA
ALEXANDRE AUGUSTO GUIMARAES DE CARVALHO	PROFESSOR I	CELETISTA
ALEXANDRO DO NASCIMENTO VAZ	PROFESSOR I	CELETISTA
ALLAN LOURENÇO DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
ANA MARIA PEREIRA MONTEIRO DE ALARCAO	ASSESSOR EXECUTIVO	CELETISTA
ANDRESSA DE ALMEIDA E SILVA	ANALISTA ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
ANDERSON AFONSO SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
ANDREIA DA SILVA ARAUJO ROSSI	COORDENADORA PEDAGOGICA	CELETISTA
ANNE CLARENCI DOS SANTOS LIMA	PROFESSOR I	CELETISTA
ARIANA NUNES LOBO	PROFESSOR I	CELETISTA
BARBARA ISADORA FELIX DE SOUSA	PROFESSOR I	CELETISTA
BEN-HUR DE OLIVEIRA MELO	PROFESSOR I	CELETISTA
BIANCA LABOISSIERE FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
BRUNNO NOGUEIRA FELIX	SONOTECNICO	CELETISTA
CAIO GABRIEL GONCALVES XAVIER DE SOUZA	PROFESSOR I	CELETISTA
CATARINA VIEIRA SOUZA PORTUGAL BENEDETTI	SUPERVISOR (A) DE RH	CELETISTA
CLAUDIA HELOISA SCHMEISKE DA SILVA	COORDENADOR (A) GERAL	CELETISTA
CRISTIANE LIMA CAPEL	RECEPCIONISTA	CELETISTA
CAMILA BARBOSA HEBLING	PROFESSOR I	CELETISTA
CAMILA DE SOUZA EURIPEDES	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
CAMILA PESSOA DE SOUZA	PROFESSOR I	CELETISTA
CAMILA COSTA DA SILVA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
CLEIA ALVES DE SOUSA	PROFESSOR I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
CRISTIANO RODRIGUES SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
CAROLINA MALAGUTH MENDONCA REIS	PROFESSOR I	CELETISTA
CAROLINNE SEGURADO RIBEIRO	PROFESSOR I	CELETISTA
CECILIA LANDI BARRETO MALENTACHI	PROFESSOR I	CELETISTA
CLAUDIA CAETANO DE OLIVEIRA COSTA	PROFESSOR I	CELETISTA
CLAUDIA GOMES CESARIO SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
CLAUDIO HENRIQUE BARBOSA LUZ	PROFESSOR I	CELETISTA
CLEGIS DE ASSIS SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
CLIDNEY DE AMORIM COUTEIRO	PROFESSOR I	CELETISTA
DALILA KAISMER DE SOUZA	PROFESSOR I	CELETISTA
DAMIAO MARCELO RIBEIRO	PROFESSOR I	CELETISTA
DANILLO FONTINELE DE ANDRADE	PROFESSOR I	CELETISTA
DANIELA ARAUJO MORAES	PROFESSOR I	CELETISTA
DAVIDSON JOSE MARTINS XAVIER	PROFESSOR I	CELETISTA
DEBORA REGINA DE SA	PROFESSOR I	CELETISTA
DELIANE GODINHO FERREIRA MARQUES	PROFESSOR I	CELETISTA
DENISE PEREIRA DA SILVA	COORDENADOR (A) PEDAGOGICO	CELETISTA
DEMADES GOMES FARIAS	PROFESSOR I	CELETISTA
DINEKELLE LEMES DE FONTES	PROFESSOR I	CELETISTA
DON GOMES ALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
DOUGLAS BRANDÃO DE SOUSA	MONTADOR I	CELETISTA
EDNA CANDIDA MARTINS DE SA	PROFESSOR I	CELETISTA
EDIAINE DOS SANTOS ROCHA	SECRETARIA EXECUTIVA	CELETISTA
ELCIONE DE LIMA	PROFESSOR I	CELETISTA
ELCIVAN LUCIANO DE LIMA	PROFESSOR I	CELETISTA
ELIANA SEVERINO DOS SANTOS	PROFESSOR I	CELETISTA
ELIAS FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
ELIEL MOREIRA FERREIRA E SILVA	MAESTRO	CELETISTA
ELLEN SUZIE RIBEIRO	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO	CELETISTA
EMANUEL GOMES FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
EMANUEL GOMES FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
ERICK DOS SANTOS FELIX	PROFESSOR I	CELETISTA
ERICK FELIPE RAMOS DE AZEVEDO	PORTEIRO I	CELETISTA
EUNICILEILA RODRIGUES MIRANDA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
EZIEL ROSA CARDOSO	PROFESSOR I	CELETISTA
FABIA KARLA DE QUEIROZ PASSOS	ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO	CELETISTA
FABIANO SOARES DE LIMA	PROFESSOR I	CELETISTA
FABIO HENRIQUE ALMEIDA DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
FABRICIO DE OLIVEIRA CARDOSO	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO	CELETISTA
FERNANDA MARTINS DA COSTA GOMES	PROFESSOR I	CELETISTA
FERNANDO CARVALHO COGO	CONTROLLER	CELETISTA
FLAVIA CRISTINA HONORATO DOS SANTOS	PROFESSOR I	CELETISTA
FLAVIO ANTONIO BARBOSA NEVES	PROFESSOR I	CELETISTA
FLAVIANE FERREIRA DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
GABRIEL COELHO MENDONÇA	PROFESSOR I	CELETISTA
GABRIEL SOARES D ALEXANDRIA	PROFESSOR I	CELETISTA
GILVANA MARIA MACHADO	PROFESSOR I	CELETISTA
GISELE JACINTO LOPES	PROFESSOR I	CELETISTA
GRAZIELLE DE MATTOS CHAVES	PROFESSOR I	CELETISTA
GUSTAVO LUIZ APRIGIO DOS SANTOS	PROFESSOR I	CELETISTA
GUSTAVO SOARES D ALEXANDRIA	PROFESSOR I	CELETISTA
HENRIQUE COELHO DA SILVA	SUPERVISOR DE APOIO OPERACIONAL	CELETISTA
HELAINÉ PAULA E SOUZA	COORDENADOR (A) PEDAGOGICO	CELETISTA
HELIEBER FERREIRA RODRIGUES	PROFESSOR I	CELETISTA
HELIENE MOREIRA SANTANA	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO	CELETISTA
HERMANO RIBEIRO DE ALARCAO NETTO	PROFESSOR I	CELETISTA
HION PAULO GONCALVES GUIMARAES	PORTEIRO I	CELETISTA
HIRLANE LOPES MARQUES	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO	CELETISTA
HUGO ANTUNES PAULA	PROFESSOR I	CELETISTA
ILCA KARITA BARBOSA OLIVEIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
IONE ANTONIA DA SILVA	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
IOLENE MESQUITA LOBATO	PROFESSOR I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
IZABEL DE MEDEIROS	PROFESSOR I	CELETISTA
IZABELLE ELEONORA ROSA MAMEDE	PROFESSOR I	CELETISTA
JACQUELINE GIMENES LOPES DA SILVA	COORDENADOR (A) ADMINISTRATIVO	CELETISTA
JADER MARCELUS STETER	PROFESSOR I	CELETISTA
JADERVALDO NEVES VELOSO	PROFESSOR I	CELETISTA
JANAINA MACEDO DA COSTA E SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
JANE LEMOS DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
JANE DIAS MOREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
JEFFERSON CARREIRA RIBEIRO	PROFESSOR I	CELETISTA
JESSICA GASPAR RANGEL	PROFESSOR I	CELETISTA
JESSIKA HANNDER BORGES	PROFESSOR I	CELETISTA
JESSICA AGUIAR NICOLAU	PROFESSOR I	CELETISTA
JESUS PEDRO FRIAS PAIVA	PROFESSOR I	CELETISTA
JOANA DARK LEITE	PROFESSOR I	CELETISTA
JOELMA CHRISTINA TEIXEIRA ANDRADE MENDES	PROFESSOR I	CELETISTA
JOAO ARTHUR AMARILLA SALGADO	PRODUTOR TÉCNICO	CELETISTA
JOÃO FERNANDES DA SILVA NETO	PROFESSOR I	CELETISTA
JOÃO ISAIAS DE MEDEIROS	PROFESSOR I	CELETISTA
JONATHAN DUARTE FERREIRA DA SILVA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
JONATHAS DA SILVA	MAESTRO	CELETISTA
JOSE AMERICO DE LACERDA JUNIOR	SUPERINTENDENTE TECNICO	CELETISTA
JOSE LUIZ GASPARINI	SUPERINTENDENTE EXECUTIVO	CELETISTA
JOSE MARCOS FERREIRA DE SOUZA	MOTORISTA	CELETISTA
JOSE GONCALVES DE LIMA SOBRINHO DA MATA	PROFESSOR I	CELETISTA
JOSE HUMBERTO DE FREITAS OLIVEIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
JOSE SILVERIO DIAS FILHO	PROFESSOR I	CELETISTA
JOSEVALDO ALVES DE MORAES	MONTADOR I	CELETISTA
JOSIAS TEODORO DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
JULIANO DE CASTRO SILVESTRE	PROFESSOR II	CELETISTA
JULIANO RIBEIRO GONÇALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
KAMILA DA SILVA FIDELIX	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
KAMILA ALVES DA CUNHA	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
KARINNE RESENDE MARTINS	BIBLIOTECARIO	CELETISTA
KARLA SOUSA PRADO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
KATIUCY RIBEIRO CAMPOS	PROFESSOR I	CELETISTA
KEITTY RODRIGUES SAMPAIO	PROFESSOR I	CELETISTA
KELY SILVA DE CARVALHO	ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO	CELETISTA
KENNIA RODRIGUES TASSARA	PROFESSOR I	CELETISTA
LAIS DE CARVALHO PEREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
LARA MARILIA E SILVA	ANALISTA FINANCEIRO	CELETISTA
LARISSA STTEFANY DE PAULA GUEDES	PROFESSOR I	CELETISTA
LEONARDO ARAUJO PINTO	PROFESSOR I	CELETISTA
LEONARDO CAIRE DA SILVA	MAESTRO	CELETISTA
LEONARDO COSTA CARVALHO	PROFESSOR I	CELETISTA
LEONARDO MONTEIRO LANDIM	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
LEONARDO PEDRO SOARES	PROFESSOR I	CELETISTA
LEONARDO WILLIAMS BEZERRA ALVES	TECNICO EM ARQUIVO	CELETISTA
LEONEL BATISTA PARENTE	PROFESSOR I	CELETISTA
LETICIA LUANA COLLEN SOUSA SANTOS	PRODUTOR TÉCNICO	CELETISTA
LETICIA CRISTINA ALVES DE SOUSA	PROFESSOR I	CELETISTA
LEANDRO SOARES DA SILVA	SUPERINTENDENTE ADMINISTRATIVO FINANCEIRO	CELETISTA
LEILA PAULA DE LIMA	ANALISTA ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
LEONARDO ZADOROSNY	ASSISTENTE DE T.I	CELETISTA
LIGIA TSUE OKI	PROFESSOR I	CELETISTA
LILIAM CARMEM DE SOUZA	PROFESSOR I	CELETISTA
LORENA DE FATIMA RODRIGUES CONTE	GERENTE DE GESTAO DE PESSOAS	CELETISTA
LUCIANO RODRIGUES DOS SANTOS	SUPERVISOR DE CONTROLE INTERNO	CELETISTA
LUCIO JABLONSKI JUNIOR	ASSESSOR EXECUTIVO	CELETISTA
LUAN RAFAEL DE OLIVEIRA	INSTRUMENTOTECARIO	CELETISTA
LUCAS RAMOS MARQUES ALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
LUCAS VIEIRA LIMA	PROFESSOR I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
LUCIANA APARECIDA GONÇALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
LUCILENE DE ALMEIDA SOUZA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
LUCIVÂNIA DE CÁSSIA FERNANDES DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
LUDMILLA VICTORIA SAMPAIO SAPIENCIA	PROFESSOR I	CELETISTA
LUIS GUILHERME BARBOSA	PROFESSOR I	CELETISTA
LUIS GUILHERME BARBOSA	PROFESSOR I	CELETISTA
LUIZ ANTONIO DE SOUZA RIBEIRO	TECNICO EM ARQUIVO	CELETISTA
LUIZ WAGNER PEREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
MADALENA MARIA VIEIRA ALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
MAISA CAMARGO COSTA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
MARCELA RODRIGUES ALMEIDA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
MURILO PASSOS DE ALARCÃO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
MARCELA LEONEL DE SOUSA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCELO DOS SANTOS MARQUES	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCELO FERNANDES BORGES	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCELO PADRO TASSARA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCOS ANTÔNIO MORGADO FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCOS LINCOLN SOUZA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCOS ROSSETI FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCUS VINICIUS BASTOS SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARCUS VINICIUS MORENO SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARESSA STPHANY FERREIRA SOUZA	PRODUTOR CULTURAL	CELETISTA
MARIA ALINE BARROS PETERSEN	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIA CORDEIRO LIMA	SUPERVISOR FINANCEIRO	CELETISTA
MARIA CAROLINE GUIMARAES LEITE LOGATTI	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIA CLAUDIA DOS REIS	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIA DE FATIMA SOUSA BARROS	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
MARIA DE JESUS RAMOS DE FRANCO	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIA NATALY EVANGELISTA BRUM	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIA RAQUEL ANGRISANI BERQUO	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIA REGINA GARCIA COSTA	PROFESSOR I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
MARIANNA LOVI SOARES	PROFESSOR I	CELETISTA
MARIELE FERNANDES DOS REIS	ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO	CELETISTA
MARLENE FERREIRA DE SANTANA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
MARTA HELENA COUTINHO SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
MARTINS ARAO LIMA	MONTADOR I	CELETISTA
MATHEUS MENEZES GUERRA	PROFESSOR I	CELETISTA
MATHEUS QUEIROZ GONDIM	INSPETOR DE CORO	CELETISTA
MEIRE MARQUES DA SILVA	DESIGN	CELETISTA
MIGUEL BERNARDO DA SILVA FILHO	PROFESSOR I	CELETISTA
MONICA ALVES BARRETO	PROFESSOR I	CELETISTA
MUCIO NUNES MOREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
NEUSA ALVES DE SOUSA RAULINO	PROFESSOR I	CELETISTA
NILDELINDEUS DIVINO DOS SANTOS	PROFESSOR I	CELETISTA
OLGA DOLGANOVA	PROFESSOR I	CELETISTA
PAULA DE SOUZA RODRIGUES GARCIA	PROFESSOR I	CELETISTA
PAULO JUNIO ESTULANO GARCIA	PROFESSOR I	CELETISTA
PENELOPY MUNIZ MARTINS	PROFESSOR I	CELETISTA
POLLYANA CARDOSO DUARTE BADAUY	PROFESSOR I	CELETISTA
POLYANA MONIQUE MACHADO DA SILVA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
PRISCILA GABRIELA OLIVEIRA SOUSA	PROFESSOR I	CELETISTA
PRISCILA MACEDO FRUGONI	TECNICO ORQUESTRA SINFONICA	CELETISTA
PRISCYLLA HERRANA DO CARMO	PROFESSOR I	CELETISTA
RADARANI SANTOS OLIVEIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
RAFAEL DIVINO RIBEIRO DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
RAFAEL FABRICIO ECKERT	PROFESSOR I	CELETISTA
RAFAELA GIOVANNA SILVA COSTA	PROFESSOR I	CELETISTA
RAIMUNDO NONATO MORAES MENDES	PROFESSOR I	CELETISTA
RAINY GRAICY DA CUNHA SANTOS DIAS	PROFESSOR I	CELETISTA
RAYZA DANTAS DE PAULA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
REJANE ARAUJO LEITE	PROFESSOR I	CELETISTA
RENATA ALVES DA SILVA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
RENATA DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
RICARDO NEWTON LOPES RODRIGUES	PROFESSOR I	CELETISTA
RODRIGO ALVES GONDIM	PROFESSOR I	CELETISTA
ROGERIO ROSEMBERGUE GARCIA	MAESTRO	CELETISTA
ROBERTA DE FREITAS FRAUZINO BARBOSA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
ROGERIO CARVALHO ALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
RONEI ANTONIO MACIEL	PROFESSOR I	CELETISTA
ROSANE ALVES SOUSA RIBEIRO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
ROSANGELA DA SILVA CONCEIÇÃO	PROFESSOR I	CELETISTA
ROSANGELA FEITOSA DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
ROSSANA TAVARES CARDOSO	PROFESSOR I	CELETISTA
RUBENS RODRIGUES BARBOSA	PROFESSOR I	CELETISTA
RUBSON MARQUES RODRIGUES	COORDENADOR TÉCNICO	CELETISTA
SALMO LOPES PEREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
SALOMAO MARQUES FERREIRA BORGES	PROFESSOR I	CELETISTA
SAMUEL DA SILVA DIAS	PROFESSOR I	CELETISTA
SARA ATAIDES DE SOUZA FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
SARA LIMA DA SILVEIRA COSTA	PROFESSOR I	CELETISTA
SARAH CAETANO DE MELGAÇO	PROFESSOR I	CELETISTA
SABRINA GENOVA SANTOS SAVINI	COMPRADOR (A) III	CELETISTA
SALVADOR CARVALHO LEITE	GERENTE DE APOIO OPERACIONAL	CELETISTA
SEBASTIANA BENEDITA COELHO DE MORAES COLTEIRO	PROFESSOR I	CELETISTA
SELESTINO DE OLIVEIRA CAMPOS	TECNICO DE OPERACOES CULTURAIS	CELETISTA
SERGIO GALVÃO DE ARAUJO	ILUMINOTECNICO	CELETISTA
SERGIO LUIZ MENDONÇA JORGE	PROFESSOR I	CELETISTA
SERGIO PEREIRA DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
SILVANA SILVA MARTINS	PROFESSOR I	CELETISTA
SILVIO URIAS FERREIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
SIMONE MALTA SEGURADO RIBEIRO	PROFESSOR I	CELETISTA
SOLANGE AMARILHA MENDES	PROFESSOR I	CELETISTA
SORAYA MENDONCA DE FREITAS CARNAUBA	PROFESSOR I	CELETISTA

DEZEMBRO/2017		
NOME	CARGO	VINCULO
SUMAYA TAVEIRA RAMOS	ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I	CELETISTA
SUEDEMAR DOS SANTOS NASCIMENTO	PROFESSOR I	CELETISTA
TABHYTA MARQUES SANTIAGO ALCOVIAS	COORDENADOR (A) PEDAGOGICO	CELETISTA
THAINE BARBOSA VILAS BOAS	GERENTE ADMINISTRATIVO	CELETISTA
TASSIANA INES STACCIARINI DE RESENDE	PROFESSOR I	CELETISTA
TEREZINHA RIBEIRO DA SILVA	PROFESSOR I	CELETISTA
THAYNARA DOS SANTOS CHAVES SEGURADO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
THIAGO DE LEMOS SANTANA	PROFESSOR II	CELETISTA
TIAGO ALLES SCHWINGEL	PROFESSOR I	CELETISTA
TIAGO DE FARIA BISCARO	PROFESSOR I	CELETISTA
VALQUIMAR SILVA DOS SANTOS	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
VALDECI ANTONIO MENDES JUNIOR	PROFESSOR I	CELETISTA
WAGNER GUERREIRO DOS SANTOS	PROFESSOR I	CELETISTA
WALKENES LAGARES DE FARIA	PROFESSOR I	CELETISTA
WALKENES LAGARES DE FARIA	PROFESSOR II	CELETISTA
WALLACE DA SILVA PATRIARCA	PROFESSOR I	CELETISTA
WANIA BASTOS ARANHA ALVES	PROFESSOR I	CELETISTA
WEBER BARBOSA DE ASSIS	MAESTRO	CELETISTA
WELLINGTON ALMEIDA SILVA	TECNICO ORQUESTRA SINFONICA	CELETISTA
WESLEY LOPES DE OLIVEIRA	PROFESSOR I	CELETISTA
WILDY ALVES DE TOLEDO	GERENTE TECNICO PEDAGOGICO	CELETISTA
WILL MARQUES VITOR DE PAULA	ASSESSOR ADMINISTRATIVO	CELETISTA
WILDNEY ALCANTARA SOUSA	PRODUTOR TECNICO	CELETISTA
YUZE RASMUSSEM ARAUJO DE FARIA	PROFESSOR I	CELETISTA

ANEXO IV – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CARTILHA COMUNICAÇÃO

ITEGOs e Cotecs

Pequeno histórico do Itego e Cotecs ligados ele

Itego Tal

Cartilhas personalizadas - Cada Itego receberá uma cartilha que priorize seu espaço primeiro. Por exemplo: A cartilha do Itego de Goiatuba terá seus dados antes dos outros. A cartilha de Goiás terá seus dados antes dos outros.

Em cada cartilha:

Aqui na frente o histórico e os dados do Itego. No final da cartilha entra o histórico e os dados dos outros itegos.

Exemplo:

:: Sede administrativa Goiânia

Itego – Instituto Tecnológico do Estado de Goiás em Artes Basileu França

Av. Universitária, 1750, Setor Universitário – Goiânia/GO

Cotec – Colégio Tecnológico de Nerópolis

Rua 8, Qd. 13, Lt. 9, Jardim Paraíso

Cotec – Colégio Tecnológico de Senador Canedo

Condomínio Industrial Jardim Nova Goiânia

Cotec – Colégio Tecnológico de Goianira

Em fase de remanejamento

Introdução

A sociedade utiliza de vários meios de comunicação para se interrelacionar, divulgar ideias, trocar opiniões, construir e/ou destruir imagens. Todo este sistema tem a informação como base, seja verdadeira ou não, de qualidade ou não, a informação circula por toda parte, pelas mãos de qualquer pessoa em todo o mundo.

A informação é um conjunto organizado de dados, que constitui uma mensagem sobre um determinado fenômeno ou evento. A informação permite resolver problemas e tomar decisões, tendo em conta que o seu uso racional é a base do conhecimento.

Com a rapidez com que as informações circulam, é de extrema importância organizá-las e tirar o máximo de proveito delas, para que nossas instituições construam uma imagem positiva, sendo referência em seus setores de atuação. O forma como lidamos com as nossas informações podem inclusive gerar uma expansão importante para nossas atividades, atingindo o máximo de cidadãos das regiões onde estamos instalados. Assim, gerando mão-de-obra especializada, emprego e renda, desenvolvimento social e econômico.

Com esta visão, elaboramos esta Cartilha de Comunicação na busca de alinharmos ideias e métodos para melhor informarmos, melhor comunicarmos.



O que é o Cegecon

O Centro de Gestão em Educação Continuada-Cegecon, fundado em 27 de março de 2005, é uma Organização Social sem fins lucrativos, devidamente qualificada por Decreto Governamental do Estado de Goiás para as atividades de Educação Profissional e Tecnológica e Desenvolvimento Tecnológico, tendo por finalidade essencial a promoção da pesquisa, do ensino e do desenvolvimento institucional, com vistas à formação do cidadão pleno e a geração de emprego e renda.

Com sede em Goiânia-GO, formado por uma equipe multidisciplinar, busca o aperfeiçoamento dos recursos de administração e de operacionalização das atividades de ensino, como também do desenvolvimento de seus sistemas de gestão e controle, mantendo constantes esforços de aperfeiçoamento e inovação.

Pela adequada execução de suas atividades, se propõe ampliar as condições para atender outros projetos sociais nas unidades do território nacional. Ressalta-se ainda a importância de servir à sociedade civil, aos setores produtivos e ao desenvolvimento nacional, qualificando, capacitando e aprimorando as condições de produtividade dos trabalhadores, com os consequentes benefícios em sua qualidade de vida, refletindo diretamente no desenvolvimento dos padrões produtivos das instituições e das empresas.

A Assessoria de Comunicação

A Assessoria de Comunicação (Ascom) faz a comunicação entre a nossa instituição e diversos públicos, interno ou externo, a sociedade em geral, governos municipal e estadual e os meios de comunicação.

O objetivo é cuidar das informações, criar métodos e estratégias de comunicação, a Assessoria de Comunicação do Cegecon é responsável pela divulgação da imagem, da missão, das ações e dos objetivos dos Itegos e Cotecs sob a responsabilidade do Cegecon.

A Ascom atua em duas áreas: Jornalismo e Publicidade.

Jornalismo

A Ascom produz conteúdo para informar o cidadão sobre os trabalhos dos Itegos e Cotecs e os resultados alcançados, além de coordenar o site e o facebook. Ainda desenvolve formas de comunicação interna para facilitar o entendimento das metas, propostas e o bom relacionamento entre os colaboradores. Este setor da Ascom também realiza o atendimento à imprensa e responde às demandas das tevês, rádios, sites, jornais impressos, revistas e etc.;

Publicidade

A área de Publicidade coordena as campanhas publicitárias, com o objetivo de divulgar ações. Ainda produz material impresso ou virtual para tal fim.

Notícia e sua divulgação

A notícia é um formato de divulgação de um acontecimento por meios jornalísticos. É a matéria-prima do Jornalismo, normalmente reconhecida como algum dado ou evento socialmente relevante que merece publicação numa mídia. Fatos políticos, sociais, econômicos, culturais, naturais e outros podem ser notícia se afetarem indivíduos ou grupos significativos para um determinado veículo de imprensa.

Notícia é um relato dos fatos atuais, de interesse e importância para a comunidade. Os principais atributos da notícia são: atualidade, interesse, objetividade, importância e facilidade de assimilação.

É importante lembrar que a notícia é um produto perecível, de consumo rápido. Portanto, as notícias de ontem já não servem para hoje. Por causa disso, para cada evento, atividade ou ação, é muito importante informar a Ascom com antecedência, para que as informações cheguem a tempo e possam ser aproveitadas pelos nossos públicos-alvos.

A Ascom estará em contato constante com os Itegos e Cotecs para a produção de notícias, que serão divulgadas em nossos meios de comunicação, ao público interno e à imprensa.

Princípio da Publicidade

Esta é uma obrigação da Administração Pública, que precisa apresentar para a população todos os seus atos, contratos ou instrumentos jurídicos como um todo. Isso dá transparência e abre espaço para que qualquer pessoa possa questionar e controlar toda a atividade administrativa que, repetimos, deve representar o interesse público, por isso não se justifica, normalmente, o sigilo.

Contatos com a imprensa

Para entrar em contato com a imprensa é obrigatório o acompanhamento e a administração da Ascom, que trabalha com a linguagem própria para atingir o objetivo de cada divulgação.

Se a imprensa tentar o contato com um de nossos colaboradores, o ideal a ser feito é pedir para que o veículo de comunicação entre em contato com a Ascom, que sempre terá a forma adequada para melhor aproveitar a situação.

Não conceda entrevista sem antes acionar a Ascom, essa orientação é importante para que possamos alinhar nossas informações e melhor divulgar nossas instituições.

Gerenciamento de crises

Toda instituição pode passar por uma crise e ser prejudicada por ela. E por menor que possa parecer, uma crise sempre precisa ser trabalhada em primer lugar. A melhor forma de lidar com ela é se organizar, tomar decisões rápidas, construir informações precisas e honestas. É preciso manter um clima de confiança e segurança, principalmente com o público interno, que será o maior multiplicador de nossas ações.

Quando acontece uma crise é preciso acionar a Equipe de Gerenciamento de Crises, criada anteriormente, que vai cuidar das informações e dados. A Ascom está diretamente ligada à esta Equipe.

Todo e qualquer contato com os meios de comunicação devem ser feitos pela Ascom. Toda informação será analisada e gerida pela Ascom. Nenhuma informação deve ser compartilhada neste momento nas redes sociais, a não ser aquela que já foi elaborada pela Ascom.

Para responder à imprensa e ao público-alvo, um porta-voz será designado, facilitando a gestão das informações que devem ser dadas.

O cuidado com informações confidenciais

Informações confidenciais não podem ser divulgadas até que sejam liberadas. Não é porque você é porta-voz que pode sair falando tudo que sabe. Diga só o que você está autorizado ou o que foi perguntado. Lembre-se: estão em jogo a sua imagem e a da instituição que você representa.

Isso porque temos o alinhamento de três instituições (SED, Cegecon e Itegos/Cotecs) que precisam falar a mesma língua. Esse alinhamento deve ser constante. As informações serão trabalhadas pela Ascom antes de serem divulgadas.

Nem todas as informações podem ser divulgadas e as que devem ser divulgadas precisam obedecer critérios.

Assim que o Itego ou o Cotec forem demandados de alguma informação que deva ter algum cuidado, é importante passar primeiro ao Cegecon, que por sua vez vai passar à SED para que as respostas sejam alinhadas.

Comportamento profissional nas redes sociais

A rede social é um espaço público. O que está na internet, está no mundo. Cada palavra, cada foto, cada link, faz parte de um perfil que você fornece para quem quer que seja. Por isso, o uso das redes sociais, principalmente no ambiente de trabalho, exige bom senso. Importante lembrar que são apenas dicas e

cada um escolhe o que fazer de sua página pessoal. No entanto, vale observar que cada ato nosso gera uma uma consequência que é também inteiramente de responsabilidade pessoa.

DICAS

1. Nunca falar mal da empresa ou de colegas de trabalho;
2. A publicação de fotos no ambiente de trabalho deve ser evitada;
3. Modere o uso das redes sociais durante o expediente;
4. Não fale mal de empregos e chefes anteriores;
5. Não poste fotos sensuais;
6. Não poste assuntos sigilosos da instituição;
7. Não poste “Ainda bem que hoje é sexta-feira”;
8. Nunca publique fotos em que pareça embriagado ou em situações constrangedoras. Isso vale também para marcação de fotos em que os amigos aparecem;
9. Evite falar de assuntos polêmicos;
10. Não cometa erros de português;
11. Referências sexuais e preconceituosas são proibidas;
12. Evite usar linguagem pouco educada ou usar a rede social para discussões;

13. Não fale em nome da instituição, temos perfis no Facebook e um site e são eles que atuam como porta voz dos Itegos e Cotecs;
14. Não responda a perguntas, críticas ou dúvidas. Se for necessário indique os contatos da Assessoria de Comunicação;
15. Não responda a críticas ou reportagens negativas sobre os Itegos e Cotec, pois isso pode gerar mais visibilidade para o assunto. Na dúvida procure a Assessoria de Comunicação.

A nossa equipe de comunicação é assim composta:

Riva Kran - Jornalista - (62)

Dias Mendes - Jornalista - (62)

Marília Catarine - Design Gráfica (62)

www.cegecon.org.br

Rede Itego - Cegecon

:: Sede administrativa Cidade de Goiás

Itego – Instituto Tecnológico do Estado de Goiás Goyandira Ayres do Couto

Rua Aeroporto, s/n, Setor Aeroporto – Cidade de Goiás/GO

Cotec – Colégio Tecnológico de Inhumas

Rua 5, 153, Praça João Heitor de Paula, Vila Heitor (Universidade Aberta do Brasil – UAB)

Cotec – Colégio Tecnológico de Itaberaí

Rua Capitão Caldas, 80, Centro

:: Sede administrativa Goiatuba



Itego – Instituto Tecnológico do Estado de Goiás Jerônimo Carlos do Prado

Rua Piauí, 460, Centro – Goiatuba/GO

Cotec – Colégio Tecnológico de Itumbiara

Avenida Anhanguera, 1275, Setor Anhanguera (Universidade Aberta do Brasil – UAB)

Cotec – Colégio Tecnológico de Morrinhos

Rua Piauí, s/n, Centro (Praça do Terraço, ao lado da Biblioteca Municipal)

Cotec – Colégio Tecnológico – APL de Confeccões de Pontalina

Av. Onofre de Andrade, Qd. 382, Lt. 26, Setor Clube, Centro Profissional Artur Fernandes Dornelas

:: Sede administrativa Piracanjuba

Itego – Instituto Tecnológico do Estado de Goiás Wilson Cavalcante Nogueira

Av. Juscelino Kubitscheck de Oliveira, Fazenda Mojinho – Piracanjuba/GO

Referências

-BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training: como usar a imprensa ao seu favor. São Paulo. Saraiva, 2008.

-

-DUARTE, Jorge (organizador). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. Atlas, 2011.

-

-Guia de boas práticas em redes sociais. Vale. Brasília, 2013.

-

-Manual de Relacionamento com a Imprensa. Federação Nacional dos Jornalistas, 2007.

-

-SEABRA, Roberto; SOUZA, Vivaldo. Jornalismo Político: teoria, história e técnica. São Paulo. Record, 2006.

-

-Guia de boas práticas em redes sociais. Vale. Brasília, 2013.

-

-SILVA, Aline Czarnobay. Instrumentos de comunicação em assessoria de imprensa: como qualificar a gestão estratégica na secretaria municipal do - Meio Ambiente. 2008.

-

-Trabalho de Conclusão de Curso (Gestão Empresarial) - Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial da Faculdade IBGEN, Porto Alegre.

-
- Cartilha Media Training da jornalista Áurea Regina de Sá

1. Rede Social: conceito, estrutura e importância²

Rede Social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns. Uma das fundamentais características na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. "Redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente".³

Muito embora um dos princípios da rede seja sua abertura e porosidade, por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade. "Os limites das redes não são limites de separação, mas limites de identidade. (...) Não é um limite físico, mas um limite de expectativas, de confiança e lealdade, o qual é permanentemente mantido e renegociado pela rede de comunicações".

² https://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_social

³ Duarte, Fábio e Freij, Klaus. Redes Urbanas. In: Duarte, Fábio; Quandt, Carlos; Souza, Queila. (2008). O Tempo Das Redes, p. 156. Editora Perspectiva S/A.

As redes sociais online podem operar em diferentes níveis, como, por exemplo, redes de relacionamentos (Facebook, Twitter, Instagram, Google+, MySpace, Badoo), redes profissionais (Linkedin), redes comunitárias (redes sociais em bairros ou cidades), redes políticas, dentre outras, e permitem analisar a forma como as organizações desenvolvem a sua atividade, como os indivíduos alcançam os seus objetivos ou medir o capital social – o valor que os indivíduos obtêm da rede social.

As redes sociais têm adquirido importância crescente na sociedade moderna. São caracterizadas primariamente pela auto geração de seu desenho, pela sua horizontalidade e sua descentralização.

Um ponto em comum dentre os diversos tipos de rede social é o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. A intensificação da formação das redes sociais, nesse sentido, reflete um processo de fortalecimento da Sociedade Civil, em um contexto de maior participação democrática e mobilização social.

Com as diversas redes sociais os consumidores estão em contato constante com as marcas. Este fato resulta da revolução tecnológica que, com tablets e smartphones, coloca o mundo nas mãos do consumidor, e tem como consequência uma revolução ao nível do marketing e da forma como as empresas comunicam aos consumidores. Devido a este fenômeno as marcas, em suas mais diversas áreas de atuação, perceberam que as técnicas de marketing tradicionais tornaram-se cada vez menos eficazes e dispendiosas⁴, isto porque a segmentação no marketing "tradicional" é muito menos eficaz e a medição do impacto não é imediata, diferente do que acontece com o marketing digital e, principalmente, com o marketing das redes sociais.

⁴ Social Targuet- Afonso, C., Borges, L., Top Books 2013.

As marcas já não conseguem controlar nem a sua comunicação nem o que se diz sobre elas nas redes sociais. O consumidor assumiu o controle e é participativo em todo o processo de comunicação, chegando mesmo ao ponto de as marcas terem que apresentar conteúdos relevantes, pertinentes e adequados aos desejos e necessidades dos consumidores de forma a terem "permissão" de falar para falar com eles e para eles. Este fenômeno está diretamente ligado a um conceito emergente no marketing e comunicação: "**earned media**".

Owned, Earned e Paid media

Owned Media é o conteúdo controlado pela marca, como o site da empresa, blog, redes sociais, ebooks e vídeos. Quanto mais meios de comunicação a empresa possuir, mais chances de estender sua presença na web e alcançar seu público. Algumas empresas, porém, consideram o conteúdo feito pelo consumidor dentro da sua página do Facebook como Owned, como visto acima.

Earned Media é a exposição gerada de maneira orgânica, seja porque o seu conteúdo "viralizou" ou por causa da satisfação dos seus clientes - ou a combinação desses dois fatores. É o famoso "boca a boca", quando o próprio consumidor se transforma no canal de divulgação da marca, sem necessidade de investimento.

Paid Media são os posts patrocinados, anúncios nas redes sociais e parcerias com influenciadores. O conteúdo pago é uma estratégia interessante para as empresas que buscam ações segmentadas que, em consequência, aumentam a exposição da marca, alavancando o Earned Media.

2. As redes mais usadas no país⁵

Segundo a pesquisa *Digital in 2016*, da We Are Social, realizada ao longo do último trimestre de 2015, temos hoje no Brasil uma média de 45% da população ativa em redes sociais de todos os tipos.

De janeiro de 2015 para cá tivemos um aumento de 13% de usuários de redes sociais conectados via mobile. Considerando a popularização do acesso ao aparelho celular (91% da população adulta do Brasil já tem um!), é natural esperarmos que esse número cresça de maneira vertiginosa nos próximos anos, deixando claro que esse é nicho interessante de se investir.

Já os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, mostram que 65% dos jovens entrevistados, com até 25 anos, acessam internet todos os dias aqui no país.

E esse número só continua crescendo. 67% desses jovens afirmaram também que o uso é principalmente destinado à diversão e à busca de notícias que, sabemos bem, vem ganhando cada vez mais espaço dentro das próprias redes sociais.

⁵ <https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

O número de empresas nas redes sociais também tem crescido no contexto da transformação digital.

Mas, quais são as redes sociais mais usadas no Brasil? Confira a lista das 11 mais acessadas a seguir:

11. Pinterest

Fundada em 2010, o Pinterest é uma rede social usada para o compartilhamento de imagens de qualquer tipo. O usuário pode favoritar o conteúdo e criar pastas compartilháveis que, hoje em dia, são muitíssimo populares nos segmentos de moda, maquiagem, artesanato e decoração.

A rede tem mais de 70 milhões de users cadastrados, com cerca de 80% de mulheres como usuárias ativas. No Brasil, temos apenas 8% da população utilizando essa rede social, 2% a mais que no ano passado. Mas, não se desanime! Com a adição de novos recursos para compra e uso promocional da rede, é bem possível que ela continue a crescer no país.

10. Snapchat

O Snapchat tem se tornado o queridinho de muitos usuários aqui no país. Depois que figuras públicas, como o Padre Fábio de Melo, começaram a dar destaque para a rede, ela foi se tornando cada vez mais popular entre usuários de redes como o Twitter e Instagram.

Infelizmente os números totais não são tão altos, deixando apenas 9% da população brasileira, no último trimestre de 2015, como ativa nessa rede.

Em dados globais, o uso do Snapchat já ultrapassou redes sociais bem estabelecidas como o Tumblr e até mesmo o Twitter, e provavelmente não deve parar por aí. Ser a terceira rede social mais popular do mundo, entre millenials, é um título para poucos.

As empresas começaram também a aderir à rede social, visando atingir esse público que começa a ter o poder de compra agora e que parece ficar de fora de táticas de email marketing.

Segundo a Content Trends 2016, cerca de 6,1% das marcas brasileiras começaram a aderir à tendência mundial e utilizar o Snapchat em sua estratégia de marketing digital, sendo que esse número era inexistente na edição 2015 da pesquisa.

9. LinkedIn

Essa rede social do mundo corporativo tem uma média de 25 milhões de usuários ativos no Brasil, ficando atrás apenas da Índia e dos Estados Unidos (que hoje têm 128 milhões de usuários) segundo dados do Statista.

A rede social também está crescendo no país, com uma diferença de 2% a mais de usuários se comparado ao ano passado, adotando um papel estratégico na captação de talentos e divulgação de vagas e conteúdo relevante de empresas de vários segmentos.

8. Twitter

A rede social para microblogs teve um boom repentino no país, mas, de 2013 para cá, caiu cerca de 63% no volume de usuários ativos, segundo dados do Statista. E, apesar de figurar entre uma das redes sociais mais populares do mundo, aqui no Brasil ele fica apenas em 8º lugar.

Ao redor do mundo, são mais de 310 milhões de usuários únicos, sendo que 83% dos líderes políticos mundiais já estão presentes na rede com contas ativas.

O Twitter ainda é fundamental para boa parte das ações de marketing online e, quando bem usada, pode trazer resultados de engajamento indispensáveis para campanhas de relacionamento.

Apesar disso, tem perdido adesão entre as empresas, caindo do 2º lugar das redes sociais mais usadas pelas empresas e indo para o 5º, com 40% de adesão, segundo a Content Trends 2016.

7. Skype

Lançado em 2003, o Skype é um dos programas de troca de mensagens por voz (e vídeo) mais difundidos na atualidade e, apesar da contínua emergência de novas redes para comunicação em tempo real (como o Hangout do Google, um de seus maiores concorrentes), ele ainda continua bem estabelecido no mercado.

Ao redor do mundo são, pelo menos, 300 milhões de usuários ativos. Já no Brasil ele é usado por uma média de 15% da população, não se restringindo ao uso doméstico, mas, principalmente, por empresas de todos os portes.

6. Google+

Lançada em junho de 2011, essa rede social tem hoje uma média de 6% dos usuários totais sendo brasileiros. Apesar do número parecer pequeno, ele fica atrás apenas dos indianos (18% dos usuários) e dos estadunidenses (55%).

A rede social ainda não chegou a engatar aqui no país, apesar de já ter passado por uma série de mudanças que hoje permitem a sua integração com os outros serviços do Google. A posição na pesquisa é privilegiada, principalmente, por conta da quantidade de contas que são automaticamente criadas com a geração de novos e-mails e perfis no Gmail. Mas isso não significa que ela esteja deserta. Alguns segmentos são mais populares dentro do Google Plus+, como é o caso da engenharia nos Estados Unidos. A chave é procurar uma comunidade de seu interesse que esteja ativa, e daí em diante montar o seu círculo de amizade focado nos usuários participantes.

5. Instagram

Com a possibilidade de se montar anúncios no Instagram, essa rede social logo se tornou a queridinha dos publicitários. Com um modelo simples, que atende desde usuários iniciantes, até os mais experientes, ela já conta com mais de 300 milhões de usuários ativos diariamente.

Os brasileiros já são responsáveis por 6.55% do tráfego total da rede, ficando atrás dos russos (7.65%) e, claro, estadunidenses (19.97%). O Instagram hoje é fundamental em toda boa estratégia de marketing com foco na gestão de comunidade e em busca de engajamento por parte de seu público.

As marcas estão atentas a essa tendência: segundo a Content Trends 2016, a rede social que apresentou maior crescimento em adesão pelas empresas foi o Instagram, passando de 42% de adoção para 47,9% e se tornando a segunda colocada em preferência pelas marcas no Brasil.

4. Youtube

O fenômeno dos Youtubers no Brasil embarcou no crescimento da rede nos últimos anos e, hoje, ela já é a quarta mais acessada do país, passando por constantes atualizações de recursos. Se desconsiderarmos os apps de troca de mensagens, o Youtube pode sim ser considerada a segunda maior rede social acessada no país, com uma média de 21% da população ativa diariamente.

Contas populares como o Portas dos Fundos têm uma média de 12 milhões de usuários inscritos, deixando claro que há a possibilidade de investirmos em estratégias de marketing no Youtube, afinal de contas, público não vai faltar.

A escolha pelo YouTube também cresceu entre as empresas em relação a 2015 e, atualmente, é a 3ª mais utilizada (42,4%), segundo a Content Trends 2016.

3. Messenger

Desde que o Messenger tornou-se um app separado do Facebook, e o seu download começou a se tornar obrigatório para usuários da rede social por smartphones, ele rapidamente subiu na lista dos aplicativos mais baixados.

Na lista oficial da Play Store, o Messenger perde apenas para o Whatsapp como aplicativo mais procurado no Android. Uma de suas vantagens é a possibilidade de uso no desktop, além da desassociação da linha do tempo de sua conta no Facebook, que impede distrações e torna o app bem mais estratégico.

2. Whatsapp

A movimentação causada para cada bloqueio que o Whatsapp sofre no Brasil é suficiente para atestar sua importância hoje, no mundo das redes sociais. Não só isso, a presença de membros, que comumente não estão conectados ativamente nas redes sociais (como nossa família), é outro fator que pode provar, com louvor, o sucesso da ferramenta social.

No país, ele não serve apenas para lazer ou conversa casual. O Whatsapp vem se tornando, cada vez mais, uma ferramenta de trabalho para os mais diversos segmentos, e não é surpresa que quase 30% da população já o utilize diariamente, estando presente em aproximadamente 70% dos celulares do país, segundo pesquisa da Nielsen do ano passado.

1. Facebook

O Facebook conquistou o posto de rede social mais popular do mundo em meados de 2008, substituindo, três anos depois, um dos grandes fenômenos das redes sociais no Brasil: O Orkut.

Ainda hoje, não é surpresa que a rede esteja em primeiro lugar no país. O Brasil é o terceiro país mais ativo no Facebook, perdendo apenas para os EUA e a Índia. Ao todo, são 103 milhões de usuários por aqui, sendo 54% do público feminino.

Graças à volumosa adesão de usuários a esta rede social, o conceito de viralização de conteúdo, em que o compartilhamento entre as pessoas vai aumentando em cadeia, vem se tornando cada vez mais comum em todas as relações online que funcionem dentro da lógica de rede social.

Assim, o Facebook tem praticamente ditado as regras de comportamento em redes sociais, principalmente quando se diz respeito aos perfis corporativos, que já adotam estratégias de marketing específicas para o aumento de visualizações.

3. Características Corporativas⁶

Vamos conferir as características das redes sociais mais utilizadas – do ponto de vista corporativo – e suas respectivas forças e fraquezas no que diz respeito a quatro aspectos: comunicação com o cliente, divulgação da marca, tráfego para o site e SEO. Para a avaliação de cada uma dessas finalidades, utilizaremos os termos "BOM" quando a plataforma atender de maneira satisfatória, "OK" quando atender de maneira regular e "RUIM" quando a plataforma não for eficaz para tal(is).

⁶ <https://www.treinaweb.com.br/blog/entendendo-as-caracteristicas-das-redes-sociais/>

TWITTER

O Twitter, um microblog criado para mensagens rápidas, foi fundado em 2006 com a intenção de reproduzir um serviço de SMS na internet. Em sua criação, a plataforma permitia o uso de apenas 140 caracteres nas publicações. Atualmente, o Twitter está testando um novo formato que permite duplicar o limite de 140 para 280 caracteres para possibilitar aos usuários que se expressem de uma maneira mais livre e completa.

COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE - BOM

Através de monitoradores de keywords como Hootsuite e TwitterCounter, é possível acompanhar em tempo real o que andam falando da sua empresa/produto dentro da plataforma e assim, caso necessário, interagir com o seu público. Isso pode servir também para acompanhar a concorrência.

DIVULGAÇÃO DA MARCA - BOM

Oferece uma grande oportunidade de viralização de conteúdo, além da interação com clientes de maneira simples e rápida.

TRÁFEGO PARA O SITE - OK

O Twitter pode ser um grande aliado para a promoção do seu site, no entanto, é preciso de cautela. As pessoas estão utilizando a plataforma em busca de informações rápidas e relevantes. Promover demasiadamente uma marca ou produto pode levar o público a cansar do seu conteúdo e deixar de segui-lo na rede.

SEO - OK

Bons tweets serão bem rankeados, o que é bom para a classificação do seu perfil, no entanto o seu potencial é limitado, já que URLs encurtadas geram poucos benefícios quando tratamos de SEO.

FACEBOOK

Criado por Mark Zuckerberg, o Facebook é hoje a principal rede social do planeta, atingindo 1 bilhão de usuários todos os dias segundo pesquisas.

COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE - BOM

A plataforma é ideal para comunicar ideias, produtos e pensamentos, afinal, é para isso que as pessoas estão lá. A Fanpage (ou página de fãs) pode ser considerada um dos principais canais de relacionamento entre cliente e empresa.

DIVULGAÇÃO DA MARCA - BOM

Além de possibilitar que ilimitadas pessoas possam acompanhar sua marca no Facebook, também é possível criar anúncios dentro da rede e fortalecer ainda mais sua presença.

TRÁFEGO PARA O SITE - OK

O tráfego pode ser descente, graças aos botões de compartilhamento e a fácil viralização de conteúdo, mas não espere grandes números. Redes de display e buscadores ainda geram resultados muito mais satisfatórios.

SEO - RUIM

Apesar do sistema coletar informações dos seus links, pouco valor irão gerar.

YOUTUBE

O Youtube é a maior plataforma de distribuição digital de vídeos do mundo, com mais de 1 bilhão de horas de vídeo assistidas diariamente.

COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE - BOM

Sabendo que o vídeo é uma das ferramentas de entretenimento mais poderosa da era digital, essa modalidade de comunicação pode gerar respostas rápidas e alto índice de interação por parte do público.

DIVULGAÇÃO DA MARCA - BOM

Ideal para apresentação de conteúdos (como tutoriais e dicas) e produtos, os vídeos são grandes aliados quando o assunto é divulgar a marca. Na plataforma, é possível também veicular anúncios que são exibidos antes do início de cada vídeo.

TRÁFEGO PARA O SITE - OK

Quando alguém procura por um vídeo no Youtube, normalmente é porque está buscando algum tipo de informação ou entretenimento. Existe a possibilidade de criar áreas clicáveis sobre a reprodução e até mesmo adicionar links à descrição do vídeo, mas o volume de acessos dificilmente será grande.

SEO - BOM

Vídeos bem rankeados ganham destaque na plataforma e podem aparecer nas primeiras páginas dos buscadores.

LINKEDIN

Fundado em 2005, o LinkedIn é uma rede social para negócios e profissionais. Serve como uma vitrine tanto para empresas quanto para aquele que deseja expor suas capacidades e aptidões.

COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE - OK

Apesar de não ser o foco principal, a plataforma também oferece possibilidades de engajamento com o cliente a partir do momento que o perfil da empresa poderá responder a perguntas relacionadas com a indústria, estabelecendo-se como especialista na área.

DIVULGAÇÃO DA MARCA - BOM

Uma boa oportunidade de comunicar a marca de maneira institucional, de apresentá-la como uma organização. Motivar os funcionários a manter perfis completos para fortalecer a reputação da sua equipe é sempre bem-vindo.

TRÁFEGO PARA O SITE - RUIM

É bastante improvável um tráfego significativo para seu site, embora nunca se saiba quem está por trás de um computador. Potenciais parcerias ou compradores podem acessando a sua página.

SEO - OK

É praticamente garantia de primeira página nos buscadores, especialmente para o nome da empresa ou do colaborador que faça parte da mesma, mas não passa disso.

4. Perfis e orientações de uso para as Redes Sociais789101112

4.1 Facebook

Independente do segmento da sua empresa atua, ter uma fanpage no Facebook é algo que precisa ser levado em consideração, dado o número de usuários que utiliza a rede todos os dias (a cada 10 brasileiros, 8 tem um perfil). Mais de 90% dos usuários de internet adultos estão presentes no Facebook, portanto é evidente o seu potencial para as campanhas de marketing social. Segundo a Hubspot, empresa especializada em geração de leads, 74% de todos os comerciantes relatam que o facebook é a rede social mais importante para as suas estratégias de geração de leads.

Além dos diferentes tipos de anúncios, a rede de Mark Zuckerberg oferece diversas métricas para que as empresas possam conhecer melhor seu público e aumentar engajamento e conversão, como os botões de “realizar uma ação”, avaliações de usuários que se tornam estrelas para a empresa, check-in, além da possibilidade de criar abas específicas para eventos, news, promoções, dentre outros.

7 <https://allin.com.br/news/descubra-o-que-cada-rede-social-tem-a-oferecer/>

8 <http://www.desenheiros.com.br/assuntos-blog/web/item/34-caracteristicadasredessociais>

9 <https://piliter.com.br/2017/01/09/caracteristicas-principais-de-cada-rede-social/>

10 <http://www.nozagencia.com.br/redes-sociais/22-redes-sociais-caracteristicas-e-dicas-de-postagens.html>

11 <http://marianakalil.com.br/turma-da-mari/o-perfil-de-cada-rede-social-e-como-tirar-o-melhor-proveito-de-todas-elas/>

12 <https://www.buzzmonitor.com.br/blog/qual-o-tamanho-correto-de-imagens-nas-redes-sociais>

A comunicação aqui pode ser mais leve, incluindo o uso de gifs e memes, lembrando sempre, do seu público-alvo. Nesse canal, portanto, mantenha as suas postagens com aspectos leves e informais, assim você terá maior probabilidade de criar um diálogo positivo com os fãs da sua página ou com os seus amigos.

Ele é uma rede social voltada para o compartilhamento de fotos, vídeos, links, notícias, textos e gifs. Tem grande acesso tanto em computadores como em dispositivos moveis.

Normalmente, o público do Facebook aceita vários tipos de informação, diferente do Instagram. O Facebook é muito usado para a divulgação de eventos e propagação de notícias e comunicados. Banners de shows e eventos com muito texto na imagem são aceitos pelo público, assim como compartilhamento de links e outros meios de informação. O usuário do facebook busca mais informação e detalhes sobre o que está sendo exposto no post. Mas é importante elaborar bem uma legenda, principalmente se for compartilhado uma notícia ou informação fragmentada com a intenção de levar as pessoas para um site, pois nem todos leem na íntegra a matéria e uma informação mal interpretada pode causar problemas de comunicação. O título deve ser bem elaborado e a matéria conter uma informação clara sobre o assunto, além de ser acompanhado de uma imagem que condiz com o assunto.

O tempo de vida útil de uma postagem no Facebook é de 5 horas, então é relevante sempre impulsionar uma notícia importante, pois o tempo de audiência de um post no Facebook é bem menor se comparado, por exemplo, ao Instagram.

Quando um vídeo é postado no Facebook, isso gera muito engajamento. É interessante elaborar vídeos para postagens nessa rede social, vídeos emocionais prendem a atenção do público, e um vídeo bem gravado e editado chama ainda mais a atenção de quem assiste, gerando compartilhamentos e organicidade.

Deve ser evitado: demora nas postagens (seja frequente de acordo com o que você consegue fazer) e deixar seus seguidores sem resposta (interaja, afinal de contas é uma rede social!).

4.1.1 Timing

- Segundo o BufferApp, o índice de engajamento nas quintas e sextas-feiras tem um aumento de 18%;
- Não existe uma unanimidade a respeito do melhor horário para realizar uma postagem, porém, a partir das 13h o engajamento é maior, e às 17h o índice de cliques é maior.
- O horário de pico das postagens durante a semana acontece às 11 e 12h (horário de almoço) e entre às 16 e 17h (final de expediente);
- No trajeto de volta para casa, o índice de publicações se mantém alto das 17h até às 20 horas.

4.1.2 Tamanho de imagens recomendado para o Facebook

- Imagem de perfil: deve possuir no mínimo 180 x 180px;
- Imagem de perfil mobile: 160 x 160px (desktop) / 140 x 140px (smartphone) / 50 x 50px (mobile);
- Imagem de capa: 852 x 315px (perfil pessoal) / 828 x 315px (fanpage);

- Upload de vídeos: 504 x 283px (recomendado) / 157 x 87px (miniatura grande) / 319 x 176px (miniatura pequena);
- Imagem compartilhada na linha do tempo: 1200 x 630px (recomendado);
- Imagem em link compartilhado: 1200 x 630px (recomendado);

4.2 Instagram

Recentemente adquirido pelo Facebook, o Instagram evoluiu muito nos últimos meses para atender melhor empresas que buscam presença na rede. Além das hashtags, que podem ajudar com que seu negócio seja encontrado por novos consumidores, a rede também liberou o cadastro de múltiplas contas que ajudam quem tem e/ou cuida do gerenciamento de mais de uma empresa.

Pequenas e médias marcas do mercado de moda, cosméticos e fitness vem usando a rede e potencializando as vendas, que são concluídas através de direct message ou redirecionadas para WhatsApp.

Agora também já é possível criar anúncios pelo Facebook para engajamento e cliques no site. Alguns especialistas sugerem que em breve a rede libere links clicáveis dentro de cada post e quem sabe até um botão de comprar.

É uma rede social voltada para o compartilhamento de fotos e vídeos, sendo acessado em sua maioria por aparelhos móveis (smartphones, tablets, ipads, etc.). O público do Instagram anseia por imagens bonitas e bem detalhadas, mas geralmente não quer interpretá-las muito. Essencialmente visual e comercialmente importante. É impressionante a quantidade de marcas que vendem seus produtos pelo Insta. Não permite links nos posts, apenas na biografia. Aqui, é preciso usar a inteligência visual e a criatividade.

O tempo de vida útil de uma postagem no Instagram é de 21 horas, mesmo que durante esse período a postagem vá aparecer no feed dos seguidores, as pessoas rolam o feed cerca de 2 segundos por imagem. Então, é importante que as imagens postadas no Instagram sejam elaboradas, bonitas e objetivas com relação ao assunto que será exposto na legenda.

Obs.: Instagram não é catálogo. Poste fotos que tenham seus produtos inseridos em cenários, na montagem de um look, por exemplo.

4.2.1 Dicas para boas imagens

- Cuidado com a Iluminação: Uma boa iluminação é essencial para obter fotos interessantes. Opte por lugares que tenham incidência de luz natural, seja perto de uma janela, uma porta ou algum local que dê para aproveitar a luz do sol. Evite tirar fotos com flash! Elas ficam feias, estouradas e deixam pessoas com olhos vermelhos. Mesmo que você esteja em um local escuro, a dica é procurar um local iluminado para realizar os cliques;
- Cenário: é importante dar uma olhada no local onde as fotos serão feitas um pouco antes do evento, procure o melhor ângulo para fotografar, que ofereça um cenário que enriqueça a foto, mas que não tire a atenção do objeto principal a ser fotografado. Faça alguns textos antes do evento começar, fotografe o local antes verificando o foco, iluminação e disposição dos objetos do cenário. Durante um evento, se possível, procure vários ângulos para fotografar, para que as fotos não fiquem todas do mesmo jeito, e fotografe várias imagens, talvez o primeiro clique não fique bom e então você terá outras imagens para selecionar;
- Naturalidade: tente sempre criar um ambiente natural, fazer cliques das pessoas agindo normalmente, fotos espontâneas ficam melhores que fotos posadas; sorrisos e gestos naturais são mais bonitos;

- Não aplique muito zoom: muitas vezes estamos muito distantes de um objeto e precisamos aplicar zoom para conseguirmos uma visibilidade melhor. No entanto, muitas vezes erramos ao aplicar zoom, pois ele reduz consideravelmente a qualidade da imagem. Então, é sempre bom evitar o zoom e, quando precisar usá-lo, não aproxime demais.

4.2.2 InstaStories

O mais novo queridinho dos usuários do Instagram é o *Insta Stories*. As pessoas adoram expor e acompanhar o dia-a-dia umas das outras. Os posts do Insta Stories devem ser preferencialmente em tempo real, alguns vídeos e fotos do momento em que o evento está acontecendo, sem muitas postagens, pois quando há muitos vídeos e fotos no stories, o público começa a pular o Stories sem assistir. Os vídeos e fotos do stories seguem o mesmo padrão das dicas citadas acima para captação das imagens e vídeos. É necessário, porém, ter muita atenção com o áudio do stories. Caso o vídeo seja muito importante, mas o áudio não fique bom, pode ser postado mudo. Além disso, o Insta Stories tem uma ferramenta bem bacana, capaz de deixar os vídeos mais interessantes: são os textos sobre as imagens e vídeos, além dos adesivos, o que permite o uso de legendas.

4.2.3 Tamanho de imagens recomendado para o Instagram

- Imagem de perfil: deve possuir no mínimo 100 x 110px;
- Imagem quadrada: 1080 x 1080px (recomendado) / 600 x 600px (exibição na timeline).

Obs.: Importante pensar nas suas fotos do Instagram no formato quadrado, pois é mais aceito na rede social.

4.2.4 Timming

- Os picos de postagem ocorrem na sexta, sábado e domingo;
- O horário de pico durante a semana é das 17 às 18h;
- No trajeto de volta para casa os índices de publicações se mantêm altos entre 17 até às 20h.
- Durante a semana os usuários apresentam características noturnas;
- O engajamento do público é maior aos finais de semana.

4.3 Twitter

Além de fazerem amigos e falarem sobre o que estão fazendo, as pessoas estão no Twitter para discutir sobre os mais diversos assuntos. As hashtags e os moments (novo recurso lançado pela rede) são recursos que ajudam muitas marcas a entenderem quais temas mais falados e como podem fazer parte de determinada discussão. Além do RT (Retweet – semelhante ao compartilhar do Facebook), Curtir e Reply (comentar), os usuários também podem interagir com a marca via DM (Direct Message).

É uma rede social voltada para o compartilhamento de fotos, vídeos, gifs e pequenos textos com 140 caracteres ou 280 caracteres (alteração recente promovida na rede). Estudos mostram que tweets de 100 à 120 caracteres geram mais engajamento. Um post no Twitter tem uma vida útil muito curta, de apenas 18 minutos. As pessoas/empresas usam o Twitter para opinarem ou se expressar de forma “oficial” sobre algum fato ou assunto. Embora seja uma rede social, informal por excelência, o twitter possui um “quê” quase institucional. **É uma fonte de notícias.** Aquilo que uma pessoa ou empresa escreve em seu perfil pode ser utilizado como fonte jornalística, inclusive. Hashtags são muito usadas no Twitter, pois através delas é possível identificar outros tweets que abordam o mesmo assunto.

O Twitter não é a rede social mais usada em Goiás. Empresários, políticos e alguns famosos usam o Twitter para realizar comunicados importantes. Na maioria das vezes, os posts são feitos pela própria pessoa, mesmo que orientado pela assessoria de comunicação – aliás, esse é o ponto chave da credibilidade no Twitter, sua autoria pessoal.

Vale a pena evitar polêmicas, principalmente. Responda o necessário na timeline e, se a coisa apertar, apele para a direct message. Há assuntos que dizem respeito apenas à relação empresa/cliente e devem ser tratados de forma particular.

4.3.1 Tamanho de imagens recomendado para o Twitter

- Imagem de perfil: deve possuir no mínimo 400 x 400px;
- Imagem de capa: 1500 x 1500px;
- Imagem no Feed: 1024 x 512px (recomendado) / 506 x 506px (exibição) / 506 x 253px (para aparecer expandido);
- Vídeo compartilhado: 1920 x 1200px.

4.3.2 Timing

Existem muitas controvérsias nos estudos acerca do twitter. O importante é o teste com sua audiência:

- A taxa de RT's apresenta melhor em torno das 17h;
- O pico de postagens ocorre na terça-feira à noite;

- No trajeto de volta para casa os índices de publicações se mantêm altos entre 17h até às 20h.

4.4 Youtube

A rede apresentou um crescimento exponencial nos últimos anos, através dos youtubers, pessoas que começaram a produzir conteúdo diretamente para a rede. Além de também poder trabalhar com vídeos que ensinam passo a passo do uso de produtos e serviços, muitas empresas vem usando o Youtube como plataforma de publicidade, seja através dos anúncios de vídeo ou através de patrocínio de algumas celebridades da rede que trabalham com temas diversos como humor, turismo, maquiagens, fitness, dentre outros.

O YouTube, além de gerar receita, alcança mais de 1 bilhão de usuários, com vídeos que levam entretenimento, educação e divulgação de produtos/serviços. É bom para quem vende produtos que necessitam de tutoriais ou que complementam conteúdo de sites e blogs. Quanto mais audiência e compartilhamento, mais chance de ganhar dinheiro com anúncios, desde que o conteúdo postado tenha relevância para o seu público.

Evite abrir canal sem saber onde quer chegar. Lembre-se que para tirar o melhor da rede social é preciso ter foco e diferencial.

4.4.1 Tamanho de imagens recomendado para o YouTube

- Imagem de perfil: deve possuir no mínimo 100 x 100px;
- Arte de capa do canal: 2560 x 1440 (recomendado; com reajuste automático em todos os dispositivos);
- Upload de vídeos: 1280 x 720px, com proporção 16:9;

- Formato de exibição em diferentes plataformas: 2560 x 1440px (desktop) / 1855 x 423px (tablet) / 1546 x 423px (mobile) / 2560 x 1440px (televisão).

4.5 LinkedIn

Essa é a rede social mais focada em assuntos profissionais e os seus usuários estão lá para este fim. Aqui, a palavra-chave é networking: ver e ser visto profissionalmente. Em nível mundial, o LinkedIn é responsável por 64% das visitas a sites de empresas. Não seria muito inteligente negligenciar um canal de comunicação como esse, focado em negócios.

Quando o assunto é Business to Business o LinkedIn gera mais leads que o próprio Facebook. Portanto, se a sua estratégia é se comunicar com outras empresas, sendo você, uma empresa também, essa é uma rede social essencial.

Para ter sucesso aqui, é importante perder um tempo na personalização da URL do seu perfil, disponibilizar em seu site um link para o seu perfil do LinkedIn, trabalhar as palavras-chave em seus posts, resumos e descrições. Se você é um empresário, pode criar uma página para a sua empresa dentro do LinkedIn e relacionar o seu perfil para que as pessoas saibam em qual empresa você opera.

Se você gosta de escrever sobre sua atividade, use o Pulse, que é a ferramenta de publicação de artigos.

Os melhores horários para postar no LinkedIn são, pela manhã, das 7 às 8:30h e à tarde, de 17 às 18 horas todos os dias. Os piores horários são segundas e sextas das 9 às 17 horas.

Evite fotos inadequadas, principalmente. LinkedIn não é Facebook, portanto evite cantadas na rede profissional.

4.5.1 Tamanho de imagens recomendado para o LinkedIn

Perfil Empresarial

- Logo normal: deve possuir no mínimo 110 x 110px;
- Logo quadrado: 60 x 60px (recomendado);
- Banner da empresa: 646 x 220px (recomendado);
- Imagem do showcase: 974 x 330px (recomendado).

Perfil Pessoal

- Foto de perfil (gratuito): deve possuir no mínimo 200 x 200px;
- Foto de perfil (premium): 240 x 240px (recomendado);
- Imagem de background (premium): 1400 x 404px (recomendado).

4.6 Periscope

É uma das redes sociais mais novas a ser lançada. Para quem não conhece, o Periscope permite transmissões ao vivo via WI-Fi e 3G para compartilhar qualquer tipo de conteúdo com seus seguidores. Além de permitir com que você veja transmissões de todo o mundo, a rede também está integrada com o twitter, possibilitando com que o usuário siga no Periscope os mesmos amigos que possui no twitter, além de postar na sua timeline quando um novo streaming começa.

Algumas marcas usam bastante a rede para o “how to”, ou seja, ensinar como usar seus produtos e serviços no dia a dia.

4.7 Snapchat

Considerada a rede mais utilizada por jovens entre 18 a 24 anos, o Snapchat é um dos grandes concorrentes do Periscope. Além de permitir o compartilhamento de vídeos ao vivo por 10 segundos, a rede também oferece a opção de fotos nas quais é possível adicionar legenda, emoticons e frases pré-programadas.

O diferencial está que as mensagens se “auto destroem” podendo ser vistas entre 3 e 10 segundos (quando enviadas por mensagem direta) ou até 24h (quando postadas na ‘história’ do usuário). Assim como o Periscope, algumas marcas usam o aplicativo para o “how to” e também aproveitam blogueiras e celebridades para ajudar na divulgação dos seus produtos e serviços.

4.8 Google plus

Embora com pouca penetração no Brasil, o G+ é o maior concorrente do Facebook. Isso o torna uma plataforma indispensável para as empresas utilizarem em suas estratégias de marketing digital.

No Google + as abordagens podem e devem ser no mesmo tom descontraído e informal. Sua linguagem se assemelha muito à do Facebook. Uma característica peculiar do G+ é que as empresas podem aproveitar como ponto principal de nicho a possibilidade da criação de círculos específicos para cada tipo de amigo, agrupando as pessoas de acordo com os seus interesses.

Possui ferramentas de busca dedicada, integração com HangOuts (texto e vídeoconferência) e com todos os serviços Google; se ramifica por círculos de interesses; possui ferramenta de edição de foto dentro da rede e aceita anúncios de publicidade.

4.8.1 Timing

Os melhores horários para postar no G+ são, pela manhã das 9 às 11 horas, todos os dias. Os piores horários são das 18 às 7 horas.

4.9 Pinterest

É uma rede essencialmente visual, mas com a vantagem de servir como álbum de inspiração. É possível catalogar fotos por assunto para que, quando precisar de uma ideia, saiba onde encontrar.

Possui uma perspectiva mais artística do que o Instagram. Fotógrafos, arquitetos e designers podem abusar da rede com suas produções e inspirações.

Obs.: é preciso se atentar ao crédito das fotos.