

## Resolução nº 35/2019 – REITORIA

*“Aprova o Regulamento do Setor de Marketing do Centro Universitário Campo Real”.*

O Centro Universitário Campo Real, mantido pela UB Campo Real Educacional S/A, por intermédio da Reitoria, no uso de suas atribuições legais e regimentais,

### **RESOLVE:**

Art. 1º Aprovar o Regulamento do Setor de Marketing do Centro Universitário Campo Real.

Art. 2º Ficam revogadas as disposições em contrário.

Centro Universitário Campo Real, 3 de dezembro de 2019.

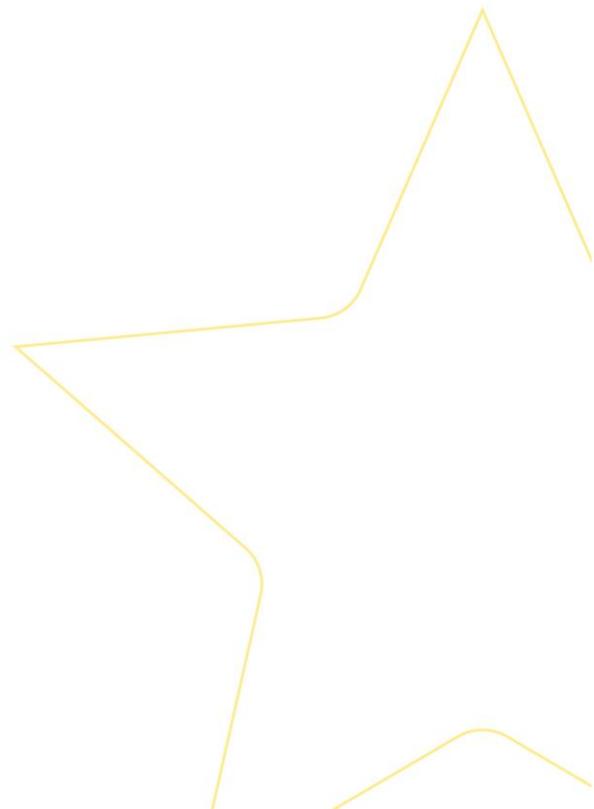


**Prof. Edson Aires da Silva**  
Reitor



**Centro Universitário Campo Real**

**Regulamento  
do Departamento  
de Marketing e  
Comunicação**



## **Introdução**

### **Art. 1º - Objetivo**

O presente regulamento tem como objetivo estabelecer as diretrizes e os procedimentos operacionais para o Departamento de Marketing e Comunicação do Centro Universitário Campo Real.

1.1 Este regulamento se aplica a todas as atividades de marketing realizadas pelo do Centro Universitário Campo Real, incluindo estratégias de marketing, publicidade, promoção, branding, gestão de mídias sociais e outras ações relacionadas.

### **Art. 2º - Estrutura Organizacional**

#### **2.1. Liderança**

O Departamento de Marketing e Comunicação será liderado por um Diretor de Marketing e Comunicação, que será responsável por supervisionar todas as atividades relacionadas ao departamento.

#### **2.2. Equipe**

A equipe do Departamento de Marketing e Comunicação será composta por profissionais qualificados e designados para funções específicas, como gerenciamento de mídias sociais, design gráfico, redação, relações públicas, entre outros.

### **Art. 3º - Responsabilidades e Funções**

#### **3.1. Responsabilidades Gerais**

O Departamento de Marketing e Comunicação é responsável por:

- a) Desenvolver estratégias de marketing e comunicação para a promoção da Instituição;
- b) Gerenciar a presença online da Instituição, incluindo o website e as mídias sociais;
- c) Criar e distribuir materiais de comunicação, como folhetos, boletins informativos, press releases, etc.;
- d) Auxiliar em eventos de divulgação e promoção;
- e) Manter relacionamentos com a imprensa e a mídia;
- f) Monitorar e avaliar a eficácia das estratégias de marketing e comunicação;

- g) Desenvolver estratégias de marketing que promovam a marca e os cursos ofertados pela instituição de ensino superior;
- h) Desenvolver campanhas institucionais, além das campanhas dos processos seletivos (vestibular);
- i) Aumentar a visibilidade da empresa no mercado;
- j) Gerar leads e oportunidades de vendas;
- k) Fidelizar clientes.

### 3.2. Uso da Identidade Visual

A equipe de Marketing e Comunicação deve seguir as diretrizes da identidade visual da Instituição em todos os materiais de comunicação, assegurando a consistência da marca.

## **Art. 4º - Procedimentos Operacionais**

### 4.1. Aprovação de Materiais

Todos os materiais de marketing e comunicação, incluindo conteúdo digital e impresso, devem ser submetidos para revisão e aprovação pelo Departamento de Marketing e Comunicação antes de serem divulgados. Todas as ações de devem ser aprovadas pela Reitoria.

### 4.2. Uso de Recursos Institucionais

O Departamento de Marketing e Comunicação deve utilizar recursos da Instituição de forma eficiente e responsável.

### 4.3 Orçamento

O Departamento de Marketing e Comunicação deve operar dentro do orçamento alocado pela Empresa e manter registros precisos de gastos.

### 4.4 Avaliação

Os resultados e relatórios de Marketing e Comunicação devem ser monitorados e avaliados semestralmente.

## **Art. 5º - Ética e Transparência**

### 5.1. Ética

Todas as atividades de marketing e comunicação devem ser conduzidas de acordo com princípios éticos e em conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis.

### 5.2. Transparência

A Instituição deve ser transparente em suas comunicações, evitando informações enganosas ou ambíguas.

## **Art. 6º - Avaliação e Revisão**

### 6.1. Avaliação Regular

Este regulamento será avaliado e revisado anualmente pelo Diretor de Marketing e Comunicação, em conjunto com a alta administração da Instituição, para garantir sua eficácia e atualização.

Este regulamento do Departamento de Marketing e Comunicação do Centro Universitário Campo Real entra em vigor a partir da data de sua aprovação.

