



O amadurecimento do marketing institucional nas universidades federais

Estudo de Caso dos 70 Anos da UFC

Kamila Bossato Fernandes
Universidade Federal do Ceará
kamila.fernandes@ufc.br



Windbanners com a logomarca comemorativa dos 70 anos e a lista de patrocinadores

Por que as IFES precisam do marketing institucional?

- Crescimento de cursos privados de baixo custo
- Expansão de Educação à Distância (EAD)
- Intensificação da concorrência no mercado educacional
- Ataques às instituições públicas afetam a imagem institucional
- Necessidade de legitimar a presença pública das universidades

Desafios das Universidades Federais

Antes

Presumia-se que as universidades já eram conhecidas pela qualidade

Agora

Comunicação ativa e estratégica é essencial para atrair alunos e defender legitimidade

Projeto UFC 70 Anos (2024)

Mote promocional: **UFC é o "sol do saber"** que ilumina o Ceará há 7 décadas

- Financiamento: patrocinadores privados
- Objetivo: fortalecer marca e legitimidade institucional
- Estratégia integrada: múltiplas ações sob um mesmo mote



Iniciativas Realizadas

- Entregas de títulos honoríficos (ex: Maria Bethânia, Maria da Penha etc.)
- Festivais e eventos culturais
- Revista especial, programa de rádio e documentário
- Biografia da universidade
- Publicidade em busdoors





Lançamento do livro UFC: Uma Biografia, de Lira Neto



Homenagem a servidores com a medalha UFC 70 Anos



Projeto “Pessoal da UFC”,
com egressos e servidores
de destaque, na Rádio
Universitária



Revista UFC 70 Anos, com reportagens
especiais ressaltando o papel
transformador da universidade

Estratégia de Engajamento da Mídia

Primeira edição do **Prêmio Jornalístico UFC**

Incentivou a imprensa local a cobrir a universidade sob diversos pontos de vista, expandindo o alcance da marca e diversificando narrativas sobre a instituição



Resultados Alcançados

- Amplificação estratégica da marca da UFC
- Valorização significativa da imagem institucional
- Colaboração efetiva com agentes do setor privado
- Pacote coerente de marketing institucional

Limitações e Desafios

- Dificuldades técnicas e formais
- Restrições orçamentárias
- Baixa replicabilidade em outras instituições
- Necessidade de consolidação do marketing como estratégia perene

Conclusões

O marketing institucional é estratégia essencial para universidades federais defenderem sua legitimidade e atraírem públicos em contexto competitivo

Desafio: institucionalizar práticas de comunicação estratégica de forma sustentável e replicável



Obrigada!

kamila.fernandes@ufc.br