



**UNIFEBE**

**Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE**

**Conselho Universitário - CONSUNI**

## **RESOLUÇÃO CONSUNI nº 04/17**

**Aprova o Regulamento do Projeto Experimental I do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.**

O Presidente do Conselho Universitário - CONSUNI, no uso de suas atribuições legais, considerando o disposto no artigo 14 do Estatuto da UNIFEBE e tendo em vista o que deliberou este Conselho na reunião realizada nesta data,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Regulamento do Projeto Experimental I do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, que fica fazendo parte integrante desta Resolução.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Brusque, 23 de fevereiro de 2017.

Prof. Dr. Günther Lothar Pertschy  
Presidente



**REGULAMENTO DO PROJETO EXPERIMENTAL I DO CURSO  
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**Aprovado pela Resolução  
CONSUNI nº 04/17, de  
23/02/17.**

**CAPÍTULO I  
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 1º** O Projeto Experimental I – Campanha é uma atividade a ser desenvolvida pelos acadêmicos do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, que estejam regularmente matriculados no 7º Semestre Letivo, para fomentar a atividade prática aliada a atividade teórica em sala de aula, bem como promover a criatividade.

**Parágrafo único.** Para a realização do Projeto Experimental – Campanha, o acadêmico deverá estar regularmente matriculado na disciplina Projeto Experimental I da 7ª Fase do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Matriz Curricular 2013.1).

**Art. 2º** A matrícula do acadêmico implica, automaticamente, em total concordância com as diretrizes constantes neste Regulamento e cronograma entregue pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental - Campanha.

**CAPÍTULO II  
OBJETIVOS DO PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA – CAMPANHA**

**Art. 3º** A realização do Projeto Experimental - Campanha pelos acadêmicos tem como objetivos:

- I - aprofundar os conhecimentos na área de Comunicação Social, mais especificamente no que diz respeito às áreas de Publicidade e Propaganda;
- II – desenvolver competências ao desempenho da profissão, aplicando teoria e prática em atividades simuladoras da realidade de mercado, exercendo as principais funções pertinentes ao profissional de Publicidade e Propaganda no contexto do mercado regional;
- III – praticar o trabalho em grupo e a socialização de conhecimentos, utilizando os princípios da ética e responsabilidade;
- IV – estabelecer objetivos de comunicação e propor estratégias como soluções para os problemas de comunicação do cliente;



- V – identificar as necessidades do consumidor, coletar dados estatísticos e aplicá-los com base em planejamento de marketing e comunicação;
- VI – avaliar e corrigir problemas de comunicação diagnosticados no cliente;
- VII – planejar, criar e produzir campanhas publicitárias a partir de diagnóstico com base no *briefing* entregue pelo cliente, visando as estratégias definidas no plano de comunicação;
- VIII – aplicar conceitos práticos e estéticos a partir de técnicas de criação, escolhendo materiais pertinentes na relação necessidade e verba do cliente;
- IX – executar planejamento de mídia, analisando pesquisas e selecionando meios e veículos pertinentes ao planejamento de comunicação.

### **CAPÍTULO III**

#### **DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL**

**Art. 4º** A estrutura organizacional do Projeto Experimental - Campanha envolverá:

- I – Coordenador de Curso;
- II – Professor Orientador, pertencente ao quadro de professores do Curso, graduado em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda e titulação preferencial de mestre;
- III – Professor de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda, compreendendo as áreas de: Planejamento, Pesquisa, Mídia & Controle, e Criação & Produção pertencente ao quadro de professores do Curso, com habilitação na área em que fará orientação e titulação preferencial de mestre na área;
- IV – Clientes (serão considerados clientes as organizações convidadas a participar do projeto);
- V – Acadêmicos.

**Art. 5º** A escolha do Professor Orientador do Projeto Experimental - Campanha é prerrogativa do Coordenador de Curso. Cabe também ao Coordenador de Curso a escolha de um ou mais professores para Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda.

**Art. 6º** O Coordenador de Curso e demais professores designados comporão a Comissão do Projeto Experimental - Campanha.

### **CAPÍTULO IV**

#### **ATRIBUIÇÕES**

##### **Seção I**

##### **Do Coordenador de Curso**

**Art. 7º** Compete ao Coordenador de Curso:



- I – designar o Professor Responsável pelo Projeto Experimental - Campanha e Professores Orientadores;
- II – supervisionar a atuação do Professor Responsável pelo Projeto Experimental - Campanha e dos professores orientadores;
- III – aprovar cronograma de Projeto Experimental - Campanha e Plano de Ensino da disciplina;
- IV – convocar a Comissão do Projeto Experimental - Campanha e presidir reuniões;
- V – escolher os clientes participantes do projeto no início de cada semestre letivo;
- VI – exercer outras atividades inerentes à função, não especificadas neste Regulamento.

## **Seção II**

### **Do Professor Orientador do Projeto Experimental - Campanha**

**Art. 8º** São atribuições do Professor Orientador do Projeto Experimental – Campanha (Projeto Experimental I – 7ª Fase):

- I – orientar, administrar, supervisionar e encaminhar os trâmites operacionais para o desenvolvimento do Projeto;
- II – providenciar convênios e termos de compromisso com os clientes;
- III – supervisionar o andamento das orientações, no que se refere à atuação dos acadêmicos e professores orientadores;
- IV – registrar as faltas, a partir das informações da Ficha de Acompanhamento de Orientação;
- V – registrar as notas dos acadêmicos, a partir das fichas de avaliação;
- VI – coordenar a organização e os trabalhos das Bancas Avaliadoras;
- VII – definir cronograma de atividades acadêmicas como apresentações, entrega de trabalhos e avaliações;
- VIII – divulgar os trabalhos na mídia local, regional e comunidade;
- IX – cumprir e fazer cumprir as normas deste regulamento e demais atos normativos internos;
- X – exercer outras atividades inerentes à função, não especificadas neste Regulamento.

## **Seção III**

### **Do(s) Professor(es) de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda:**

**Art. 9º** Compete ao(s) Professor(es) de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda:

- I – fornecer ao acadêmico a orientação didático-pedagógica e científica necessária, desde a elaboração do Projeto até a conclusão do Projeto Experimental - Campanha;
- II – acompanhar o desenvolvimento e elaboração do Projeto Experimental - Campanha;
- III – orientar a execução do cronograma estabelecido pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental - Campanha;



- IV – registrar as presenças e o andamento dos trabalhos, por acadêmico, servindo esse acompanhamento de base para sua avaliação, de acordo com a Ficha de Acompanhamento de Orientação;
- V – fazer avaliações de desempenho dos acadêmicos para registro no Diário de Classe pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental - Campanha;
- VI – presidir a Banca Avaliadora do Projeto Experimental - Campanha;
- VIII – participar dos cursos e reuniões que forem convocados pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental - Campanha;
- IX – orientar os acadêmicos no cumprimento da legislação que versa sobre a Publicidade e Propaganda;
- X – prestar orientação aos acadêmicos, conforme horário estabelecido;
- XI – cumprir e fazer cumprir as normas deste Regulamento e demais atos normativos internos;
- XII – exercer outras atividades inerentes à docência, não especificadas neste Regulamento.

#### **Seção IV** **Do Acadêmico**

**Art. 10.** Compete ao acadêmico:

- I – matricular-se na disciplina Projeto Experimental I (7ª Fase);
- II – formar seu grupo de trabalho com, no mínimo, 04 (quatro) integrantes e, no máximo, 05 (cinco) integrantes, e apresentar ao Professor Orientador Projeto Experimental - Campanha, conforme cronograma pré-definido;
- III – coletar assinaturas nos Convênios e Termos de Compromisso elaborados pela Instituição junto ao cliente;
- IV – expor as etapas desenvolvidas ao(s) respectivo(s) professor(es) de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda para acompanhamento, apreciação e avaliação;
- V – cumprir o cronograma estabelecido pelo Projeto Experimental - Campanha;
- VI – apresentar e entregar os trabalhos finalizados, dentro do prazo estipulado pelo Professor Orientador do Projeto Experimental - Campanha;
- VII – cumprir a legislação de direitos autorais e demais normas que regem a publicidade e propaganda na elaboração das campanhas publicitárias;
- VIII – manter, quando solicitado, sigilo quanto às informações relacionadas aos clientes envolvidos;
- IX – cumprir as exigências e normas deste Regulamento.

#### **CAPÍTULO V** **DA OPERACIONALIZAÇÃO DA CAMPANHA**

**Art. 11.** Na realização do Projeto Experimental - Campanha o acadêmico deverá elaborar Plano de Comunicação Integrada e Campanha Publicitária, além de:



- I – formar equipes de trabalho por sala;
- II – assinar Termo de Convênio e Compromisso entre a UNIFEBE e o cliente;
- III – coletar dados para elaboração e análise de pesquisas de comunicação;
- IV – elaborar as análises macro e micro ambientais que se fizerem necessárias para o diagnóstico do cenário do cliente a partir de pesquisas de comunicação;
- V – apresentar diagnóstico dos problemas de marketing e comunicação do cliente;
- VI – elaborar planejamento de comunicação integrada;
- VII – desenvolver campanha publicitária que englobe as funções de atendimento, planejamento, criação, produção e mídia.

**Art. 12.** Em caso de desistência do grupo, o acadêmico deverá justificar sua situação junto ao Coordenador de Curso que adotará as providências que se fizerem necessárias.

**Art. 13.** Cabe ao Professor Responsável pelo Projeto Experimental – Campanha definir o roteiro do Plano de Comunicação/Campanha a ser seguido pelos acadêmicos.

**Art. 14.** As orientações somente terão início após a matrícula do acadêmico na disciplina Projeto Experimental I e entrega do Termo de Aceite de Participação do cliente envolvido.

**Art. 15.** Os clientes propostos não poderão ser de propriedade ou de local de trabalho dos acadêmicos, ou de propriedade de pessoas que tenham grau de parentesco (até segundo grau, linha reta, colateral e/ou por afinidade) com os acadêmicos envolvidos no Projeto.

**Art. 16.** Durante a realização do plano de comunicação integrada e campanhas publicitárias os acadêmicos terão como atividades:

- I – reunião semanal com os orientadores das respectivas etapas para análise dos trabalhos;
- II – elaboração das etapas: pesquisa, planejamento, criação, mídia e produção, de acordo com especificidades apresentadas pelo Coordenador do Projeto Experimental – Campanha;
- III – apresentação do andamento do trabalho para apreciação e avaliação dos respectivos orientadores;
- IV – apresentação oral à Banca Avaliadora para avaliação final do trabalho e entrega de relatório final segundo as normas dos trabalhos acadêmico-científicos da UNIFEBE.

**Art. 17.** Os custos necessários para a execução do Projeto Experimental – Campanha são de responsabilidade do grupo de acadêmicos.

**Art. 18.** O Plano de Comunicação/Campanha, bem como as peças produzidas serão entregues aos professores (orientador, pesquisa, criação e produção) em versão impressa antes da entrega para encaminhamento à Banca Avaliadora.



**Art. 19.** O grupo deverá proceder às alterações solicitadas pelos professores e entregar o relatório do Projeto Experimental – Campanha, na íntegra, em até 7 (sete) dias após banca final, em 04 (quatro) cópias em CD ROM ou DVD (textos em PDF, áudios em MP3 e vídeos em MPEG ou AVI), para apreciação da Banca Avaliadora.

**Art. 20.** Após a apresentação pública perante Banca Avaliadora, o grupo deverá efetuar as correções solicitadas, conforme registro em ata da sessão, e encaminhar ao Professor Responsável pelo Projeto Experimental – Campanha 02 (duas) cópias em *CD ROM* ou DVD com os trabalhos completos (textos em *PDF*, áudios em *MP3* e vídeos em *MPEG* ou *AVI*), mediante protocolo de entrega.

**Art. 21.** O relatório da Campanha deverá conter, no mínimo:

- I – planejamento (*briefing*, pesquisa, análises, diagnóstico, objetivos e estratégias de *marketing* e comunicação);
- II – detalhamento das estratégias de comunicação integrada;
- III – plano de mídia completo (objetivos, estratégias, táticas, planilhas e custos);
- IV – peças publicitárias (com conceito e defesa da criação), orçamentos de criação e produção e cronograma de execução e resumo financeiro.

**Art. 22.** É obrigatória a apresentação dos valores de criação com base na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina-SINAPRO (SC) e de, no mínimo, 03 (três) orçamentos reais de produção, bem como as tabelas de preços de veiculação com valores vigentes de mercado.

**Art. 23.** É obrigatório que o grupo invista no Plano de Mídia o valor entre 95% e 100% da verba estipulada. A quantia será informada pelo cliente anteriormente ao primeiro dia letivo e será informada aos acadêmicos na apresentação da disciplina.

**Art. 24.** As peças gráficas, eletrônicas e digitais para apresentação deverão seguir as seguintes especificações:

- I – no relatório, as peças gráficas poderão estar em tamanho reduzido;
- II – na apresentação à Banca Avaliadora, as peças gráficas deverão ser apresentadas em pranchas rígidas e, as demais, na forma de protótipos;
- III – no relatório, as peças eletrônicas e digitais devem ser apresentadas na forma de roteiros detalhados e *story boards*;
- IV – na apresentação à Banca Avaliadora, as peças eletrônicas e digitais deverão ser apresentadas já produzidas e finalizadas.

**Art. 25.** A utilização de equipamentos próprios é facultada ao grupo de acadêmicos, que deverá, nesse caso, entregar ao Professor Responsável pelo Projeto Experimental – Campanha, antes do início do período destinado à produção no cronograma da disciplina, documento oficializando a decisão e se responsabilizando pela produção do trabalho.



**Seção I**

**Da Apresentação Pública perante Banca Avaliadora**

**Art. 26.** A data de apresentação pública perante Banca Avaliadora será determinada pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental – Campanha, conforme cronograma da disciplina estabelecido no início do semestre.

**Art. 27.** A apresentação pública à Banca Avaliadora será feita nas dependências da UNIFEBE ou outra definida pela Coordenação.

**Art. 28.** A Banca Avaliadora será composta da seguinte forma:

- I – o Professor Orientador (Presidente);
- II – um professor de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda;
- III – um representante do cliente envolvido.

**Parágrafo único.** Os envolvidos na Banca Avaliadora não poderão ser pessoas que tenham grau de parentesco (até segundo grau, linha reta, colateral e/ou por afinidade) com os acadêmicos envolvidos no Projeto.

**Art. 29.** Na hipótese de um dos professores não comparecer na data marcada, será substituído pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental – Campanha e, na ausência do representante do cliente, a apresentação ocorrerá normalmente sem a sua substituição

**Art. 30.** Durante a apresentação à Banca Avaliadora deverão ser respeitados os seguintes critérios:

- I – todos os componentes do grupo devem se expressar;
- II – a Banca Avaliadora será livre para questionar qualquer um dos integrantes do grupo sobre aspectos da campanha;
- III – a nota da Banca Avaliadora será informada aos acadêmicos após a defesa, sendo que a média final de aprovação na disciplina será publicada pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental – Campanha nas datas acordadas para fechamento do semestre.

**Art. 31.** À Banca Avaliadora caberá a decisão da nota para o trabalho apresentado.

**Art. 32.** A Banca Avaliadora, pública, terá duração total de até 60 (sessenta) minutos, sendo 30 (trinta) minutos destinados à apresentação do trabalho.

### **Seção III**

#### **Da Avaliação**

**Art. 33.** Além de controlar a frequência, cada Professor Orientador avaliará o acadêmico, levando em conta sua participação nas orientações e os critérios estabelecidos no Plano de Ensino da disciplina.

**Art. 34.** O(s) Professor(es) de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda avaliarão o acadêmico com base nos critérios estabelecidos no Plano de Ensino da disciplina.

**Art. 35.** O Professor Convidado de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda, integrante da Banca Avaliadora, preencherá ficha específica de avaliação, designada pelo Professor Orientador da disciplina.

**Art. 36.** O representante do cliente registrará, em ficha específica, seu parecer avaliativo acerca do desempenho do grupo.

**Art. 37.** A nota final de aprovação da disciplina Projeto Experimental I, do 7ª fase, deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis), como resultado das médias A1 (peso 2), A2 (peso 3), A3 (peso 5), registradas e divulgadas no Diário *Online*, conforme cronograma específico do Projeto Experimental – Campanha e de acordo com a seguinte fórmula:  
 $AF = (A1 \times 2) + (A2 \times 3) + (A3 \times 5) / 10$ .

**Art. 38.** As médias parciais (A1, A2 e A3) da disciplina Projeto Experimental I, do 7º período, serão compostas da seguinte forma:

I – A1, de acordo com a fórmula:  $A1 = (APO \times 1) + (TEPO \times 2) + (APP \times 1) + (TEPP \times 3) + (APAT \times 1) + (TEPAT \times 2) / 10$ :

- a) Avaliação da orientação pelo Professor Orientador (APO): peso 1;
- b) Avaliação do trabalho escrito pelo Professor Orientador (TEPO): peso 2;
- c) Avaliação da orientação de Pesquisa (APP): peso 1;
- d) Avaliação do trabalho escrito de Pesquisa (TEPP), peso 3.
- e) Avaliação da orientação de Planejamento (APAT): peso 1;
- f) Avaliação do trabalho de Planejamento (TEPAT), peso 2.

II – A2, de acordo com a fórmula:  $A2 = (APO \times 1) + (TEPO \times 2) + (APC \times 1) + (TEPC \times 2) + (APM \times 1) + (TEPM \times 3) / 10$ :

- a) Avaliação da orientação pelo Professor Orientador (APO): peso 1;
- b) Avaliação do trabalho escrito pelo Professor Orientador (TEPO): peso 2;
- c) Avaliação da orientação de Criação e Produção (APC): peso 1;
- d) Avaliação do trabalho escrito de Criação e Produção (TEPC): peso 2;
- e) Avaliação da orientação de Mídia (APM): peso 1;
- f) Avaliação do trabalho escrito de Mídia (TEPM): peso 3;



III – A3, de acordo com a fórmula:  $A3 = (PP \times 3) + (BA \times 7) / 10$ :

- a) Avaliações Professor Orientador (APO): peso 3;
- b) Avaliação da Banca Avaliadora (BA), peso 7.

**Art. 39.** As avaliações das Orientações componentes das Médias parciais 1 e 2 e a Média de Produção para composição da Média parcial 3 serão atribuídas a cada acadêmico individualmente.

**Art. 40.** As avaliações do Trabalho Escrito componentes das Médias parciais 1 e 2 e da avaliação das peças de produção serão atribuídas ao grupo.

**Art. 41.** As avaliações que compõem a A3 – Banca Avaliadora, serão atribuídas ao grupo.

I – Os membros componentes da Banca, antes da defesa pública, verificando algum problema no projeto, que leve o aluno a reprovação deve, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis da data da banca, comunicar ao Orientador e à Coordenação.

II – A nota final é condicionada ao efetivo cumprimento do disposto no artigo anterior, sob pena de reprovação.

III – A nota final da disciplina Projeto Experimental I, constará da Ata Final de Avaliação de Projeto Experimental I, assinada pelos integrantes da Banca Examinadora.

IV – O aluno que não atingir a nota exigida para aprovação deve iniciar todo o processo para elaboração de um novo projeto, matriculando-se na disciplina Projeto Experimental I.

V – Aos alunos cujo projeto tenha sido reprovado, é vedada a defesa da mesma ou de novo projeto, qualquer que seja a alegação, no mesmo semestre da reprovação.

## **CAPÍTULO VI**

### **DAS DISPOSIÇÕES GERAIS DA CAMPANHA**

**Art. 42.** As campanhas publicitárias desenvolvidas são de propriedade da UNIFEBE e serão doadas ao cliente, exceto a criação e a produção.

**Art. 43.** A criação somente poderá ser doada ao cliente para veiculação, desde que aprovada por todos os acadêmicos e orientadores envolvidos, com anuência do Coordenador de Curso, mediante assinatura de Termo de Doação específico.

**Art. 44.** As orientações ocorrerão durante os encontros da disciplina Projeto Experimental I - Campanha.

**Art. 45.** A antecipação ou prorrogação de prazo de entrega poderá ser solicitada ao Coordenador de Curso, desde que acompanhada de parecer favorável do Professor Orientador.



**UNIFEBE**

**Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE**  
**Conselho Universitário – CONSUNI**

**Art. 46.** Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pela Coordenação do Curso.

Brusque, 23 de fevereiro de 2017.

Prof. Dr. Günther Lothar Pertschy  
Presidente