



UNIFEBE

Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE

Conselho Universitário - CONSUNI

RESOLUÇÃO CONSUNI nº 07/2022

Aprova o Regulamento do Projeto Experimental II do Curso de Publicidade e Propaganda.

A 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 II do Curso de Publicidade e Propaganda, que fica fazendo parte integrante desta Resolução.

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

Brusque, 26 de janeiro de 2022.

Prof.^a Rosemari Glatz
Presidente



REGULAMENTO DO PROJETO EXPERIMENTAL II DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Aprovado pela Resolução CONSUNI nº 07/2022, de 26/01/2022.

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O Projeto Experimental II, que consiste na elaboração de uma Campanha Publicitária, é uma atividade a ser desenvolvida pelos acadêmicos do Curso de Publicidade e Propaganda, no intuito de fomentar a atividade prática aliada à atividade teórica em sala de aula, bem como promover a criatividade e a vivência mercadológica.

Parágrafo único. Para a realização da atividade objeto deste Regulamento, o acadêmico deverá estar matriculado no componente curricular Projeto Experimental II, conforme previsto em sua matriz curricular.

Art. 2º A matrícula do acadêmico implica, automaticamente, total concordância com as diretrizes constantes neste Regulamento e no Cronograma entregue pelo professor responsável pelo Projeto Experimental II.

CAPÍTULO II DOS OBJETIVOS

Art. 3º A realização do Projeto Experimental II 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 às 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 II envolverá os atores:

- I - Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda;
- II - Professor Orientador, pertencente ao quadro de professores do Curso, preferencialmente com titulação obtida em cursos de pós-graduação *stricto sensu*;
- III - Professor de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda, compreendendo as áreas de: Planejamento, pesquisa, mídia e controle, e criação e 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, consideradas as organizações convidadas a participar do Projeto Experimental II;
- V - Acadêmicos.

Art. 5º A escolha do Professor Orientador do Projeto Experimental II é prerrogativa do Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda.

Parágrafo único. Cabe também ao Coordenador do Curso a escolha de um ou mais Professores de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda, quando o número de acadêmicos matriculados no componente curricular ultrapassarem 20 (vinte) estudantes.

Art. 6º O Coordenador do Curso e demais professores designados comporão a Comissão do Projeto Experimental II.

CAPÍTULO IV DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 7º Compete ao Coordenador do Curso:

- I - designar o professor orientador responsável pelo Projeto Experimental II;
- II - supervisionar a atuação do professor orientador responsável pelo Projeto Experimental II;
- III - aprovar cronograma de Projeto Experimental II e Plano de Ensino do componente curricular;
- IV - escolher os clientes participantes do Projeto no início de cada semestre letivo;
- V - Exercer outras atividades inerentes à função, não especificadas neste Regulamento.

Art. 8º São atribuições do Professor Orientador:

- 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;



- IV - registrar as faltas, a partir das informações da Ficha de Acompanhamento de Orientação, conforme modelo a ser disponibilizado pela Coordenação do Curso;
- V - registrar as notas dos acadêmicos, a partir do Instrumento de Avaliação a ser disponibilizado pela Coordenação do Curso;
- VI - presidir e 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.

Art. 9º Compete ao Professor 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 II;
- II - acompanhar o desenvolvimento e elaboração do Projeto Experimental II;
- III - orientar a execução do cronograma estabelecido pelo Professor Orientador Responsável pelo Projeto Experimental II;
- IV - fazer avaliações de desempenho dos acadêmicos para registro no Diário de Classe pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental II;
- V - participar dos cursos e reuniões que forem convocados pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental II;
- VI - orientar os acadêmicos no cumprimento da legislação que versa sobre a Publicidade e Propaganda;
- VII - prestar orientação aos acadêmicos, conforme horário estabelecido;
- VIII - cumprir e fazer cumprir as normas deste Regulamento e demais atos normativos internos;
- IX - exercer outras atividades inerentes à docência, não especificadas neste Regulamento.

Art. 10. São atribuições do acadêmico:

- I - matricular-se no componente curricular Projeto Experimental II;
- II - formar seu grupo de trabalho com, no mínimo, 3 (três) integrantes e, no máximo, 5 (cinco) integrantes, e apresentar ao Professor Orientador Projeto Experimental II, conforme cronograma pré-definido;
- III - coletar assinaturas nos Convênios e Termos de Compromisso elaborados pela Instituição com o cliente;
- IV - expor as etapas desenvolvidas aos respectivos Professores de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda para acompanhamento, apreciação e avaliação;
- V - cumprir o cronograma estabelecido pelo Projeto Experimental II;
- VI - apresentar e entregar os trabalhos finalizados, dentro do prazo estipulado pelo Professor Orientador do Projeto Experimental II;
- VII - cumprir a legislação de direitos autorais e demais normas que regem a Comunicação 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 II 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 UNIFEFE 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 ao Coordenador do Curso que adotará as providências que se fizerem necessárias.

Art. 13. Cabe ao Professor Responsável pelo Projeto Experimental II 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 no componente curricular Projeto Experimental II 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 II;
- III - apresentação do andamento do trabalho para apreciação e avaliação dos respectivo(s) orientador(es);
- IV - apresentação oral à Banca Avaliadora para avaliação final do trabalho e entrega de relatório final segundo as normas dos trabalhos acadêmico-científicos da UNIFEFE.

Art. 17. Os custos necessários para a execução do Projeto Experimental II são de



responsabilidade do grupo de acadêmicos.

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

Art. 19. 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. 20. 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, 3 (três) orçamentos reais de produção, bem como as tabelas de preços de veiculação com valores vigentes de mercado.

Art. 21. É obrigatório que o grupo invista no Plano de Mídia o valor entre 95% (noventa e cinco por cento) e 100% (cem por cento) da verba estipulada. A quantia será informada pelo cliente anteriormente ao primeiro dia letivo e será informada aos acadêmicos na apresentação do componente curricular.

Art. 22. 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. 23. A utilização de equipamentos próprios é facultada ao grupo de acadêmicos, que deverá, nesse caso, entregar ao Professor Responsável pelo Projeto Experimental II, antes do início do período destinado à produção no cronograma do componente curricular, documento oficializando a decisão e se responsabilizando pela produção do trabalho.

CAPÍTULO VI DA APRESENTAÇÃO PÚBLICA PERANTE A BANCA AVALIADORA

Art. 24. A data de apresentação pública perante a Banca Avaliadora será determinada pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental II, conforme cronograma do componente curricular estabelecido no início do semestre.



Art. 25. A apresentação pública à Banca Avaliadora será feita nas dependências da UNIFEFE ou outra definida pela Coordenação do Curso.

Art. 26. A Banca Avaliadora será composta da seguinte forma:

- I - 1 (um) Professor Orientador (Presidente);
- II - 1 (um) Professor de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda;
- III - 1 (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. 27. Na hipótese de um dos professores não comparecer na data marcada, será substituído pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental II e, na ausência do representante do cliente, a apresentação ocorrerá normalmente sem a sua substituição.

Art. 28. 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, e a média final de aprovação no componente curricular será publicada pelo Professor Responsável pelo Projeto Experimental II nas datas acordadas para fechamento do semestre.

Art. 29. À Banca Avaliadora caberá a decisão da nota para o trabalho apresentado.

Art. 30. A Banca Avaliadora, pública, terá duração total de até 60 (sessenta) minutos, sendo 30 (trinta) minutos destinados à apresentação do trabalho, e demais, às considerações dos convidados.

Art. 31. Após a apresentação pública perante a Banca Avaliadora, o grupo deverá efetuar as correções solicitadas, conforme registro em ata da sessão, e encaminhar ao Professor Responsável pelo Projeto Experimental II em formato digital (textos em PDF, áudios em MP3 e vídeos em MPEG ou AVI) no Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem da UNIFEFE, mediante protocolo de entrega.

Art. 32. O grupo deverá proceder às alterações solicitadas pelos professores e entregar o Relatório do Projeto Experimental II, na íntegra, em até 7 (sete) dias após banca final, em formato digital (textos em PDF, áudios em MP3 e vídeos em MPEG ou AVI) no Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem da UNIFEFE, para apreciação da Banca Avaliadora.

**CAPÍTULO VII
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 do componente curricular.

Art. 34. Os Professores de Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda avaliarão o acadêmico com base nos critérios estabelecidos no Plano de Ensino do componente curricular.

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 do componente curricular.

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 do componente curricular Projeto Experimental II, 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 On-line, conforme cronograma específico do Projeto Experimental II 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) do componente curricular Projeto Experimental II, 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 da Banca Avaliadora, devem observar os seguintes procedimentos:

I - os membros componentes da Banca Avaliadora, antes da defesa pública, verificando algum problema no projeto que leve o acadêmico à reprovação deve, com antecedência mínima de 2 (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 constará da Ata Final de Avaliação de Projeto Experimental II, assinada pelos integrantes da Banca Examinadora;

IV - o acadêmico que não atingir a nota exigida para aprovação deve iniciar todo o processo para elaboração de um novo projeto, matriculando-se no componente curricular de Projeto Experimental II.

V - aos acadêmicos cujo projeto tenha sido reprovado, é vedada a defesa ou de um novo projeto, qualquer que seja a alegação, no mesmo semestre da reprovação.

CAPÍTULO VIII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 42. As campanhas publicitárias desenvolvidas são de propriedade da UNIFEFE e serão doadas ao cliente na sua totalidade, considerando o planejamento e a criação das peças publicitárias.

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 do Curso, mediante assinatura de Termo de Doação específico.

Art. 44. As orientações ocorrerão durante os encontros do componente curricular Projeto Experimental II.

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



UNIFEDE

Centro Universitário de Brusque - UNIFEDE

Conselho Universitário - CONSUNI

Art. 46. Compete à Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda dirimir dúvidas referentes à interpretação deste Regulamento, bem como suprir as suas lacunas, expedindo os atos complementares que se fizerem necessários, compatibilizando-os com as normas institucionais.

Brusque, 26 de janeiro de 2022.

Prof.^a Rosemari Glatz
Presidente