

ANEXO II

REGULAMENTO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Este regulamento versa sobre o trabalho de conclusão de curso (TCC) na modalidade Monografia – para o curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

ACÇÕES INICIAIS

Art.1º - No início do ano letivo, durante a reunião de planejamento, a equipe de professores designada para formar o **Colegiado** constituirá o Conselho de TCC da habilitação PP. Este, por sua vez, terá a função de revisar e atualizar, sempre que possível, o Regulamento do TCC. O Conselho será soberano em quaisquer decisões sobre o funcionamento e dúvidas ligadas ao desenvolvimento do TCC. Ainda caberá ao Conselho eleger o Coordenador para os trabalhos de TCC.

Art.2º - Na primeira semana do ano letivo, o Coordenador de PEx apresentará aos alunos o conteúdo do Regulamento do TCC, fixando prazos para o desenvolvimento de suas etapas.

Parágrafo único – Os Projetos Experimentais deverão ser desenvolvidos em equipes de 3 (três) a 6 (seis) pessoas. Para os casos que extrapolem esse número ou que o aluno queira desenvolver os trabalhos de TCC sozinho, estes serão analisados pelo conselho.

DO CLIENTE

Art.3º - O PEx é o desenvolvimento de um trabalho acadêmico, de caráter prático, realizado em equipe, junto a um cliente real ou fictício, ou ainda sobre um tema que se queira pesquisar a tendência ou marca que queira inserir no mercado, que tenha como parâmetro a pesquisa de marketing para a viabilização da empresa, produto ou marca que se queira pesquisar. Nele serão desenvolvidas as habilidades técnicas e humanísticas dos discentes, a partir de postura ético-profissional aprendidos no transcórre do curso. O

objetivo é que os alunos possam dar início a sua inserção no mercado de trabalho, amparados pela orientação do corpo docente da UNIFEV.

Parágrafo Único – A produção do PEx acontece concomitantemente ao desenvolvimento das disciplinas constantes do currículo do 7º e 8º períodos, orientados de forma a propiciar a interdisciplinaridade.

REGRAS GERAIS

Art.4º - A orientação do PEx seguirá a cargo dos professores do 7º e 8º períodos de PP.

Art. 5º - Aos Professores-Orientadores caberá a orientação dos critérios metodológicos a serem adotados, seguindo as etapas previstas no Regulamento do TCC.

Parágrafo Único – Questões pontuais ligadas ao desenvolvimento do TCC podem contar com a colaboração de professores de outras disciplinas não constantes da grade curricular do 7º e 8º períodos.

Art.6º - A aprovação das Equipes Discentes e dos clientes para o PEx estará sujeita à aprovação do Conselho do TCC.

§ 1º - Quaisquer alterações ligadas a equipes, clientes ou temas deverão ser julgadas pelo Conselho do TCC.

§ 2º - Todas as decisões deverão ser formalizadas pelo Conselho do TCC, a partir de documentos expedidos pelo Coordenador de curso.

§ 3º - Quanto ao PEx, qualquer vínculo de ordem pessoal ou profissional entre qualquer membro da Equipe e a Empresa-Cliente postulará na inteira responsabilidade daquela em qualquer implicação decorrente desse fato.

ORIENTAÇÃO, COMPROMISSOS E CONTROLE

Art.7º - Nas reuniões de orientação, as equipes do PEx deverão estar completas. As ausências deverão ser informadas e justificadas com antecedência de no mínimo dois dias via portal mediante resposta do Professor-Orientador.

§ 1º - Além do compromisso de orientação, o Professor-Orientador poderá recomendar atividades complementares que subsidiem o desenvolvimento do trabalho.

§ 2º - Todas as equipes deverão obrigatoriamente apresentar carta de aceite do cliente, com seus respectivos dados, devidamente assinada e carimbada pela organização. Esse documento fará parte do volume final do PEx.

Art.8º - Quando já tenha sido formalizado o aceite do Cliente e este mostrar qualquer tipo de inadequação, o Conselho do TCC deverá encaminhar a ele uma Carta de Agradecimento, explicando as razões do rompimento unilateral do compromisso.

Parágrafo Único – Em caso de rompimento do trabalho pelo Cliente, reunir-se-á o Conselho para deliberar a respeito da questão.

BANCA EXAMINADORA

Art.9º - Os PEx serão examinados em dois momentos, por critérios previamente estabelecidos.

§ 1º - Os PEx serão avaliados em primeira instância por uma Banca Examinadora de Qualificação, formada pelo Coordenador do Conselho de TCC e pelos Professores-Orientadores. Essa Banca terá a incumbência de avaliar a pesquisa sobre o cliente, produto ou serviço das equipes. O trabalho deverá ser apresentado em formato de Artigo Científico ou Monográfico de Conclusão de Curso, respeitando as normas ABNT. O desenvolvimento do conteúdo e andamento do trabalho, bem como a postura da apresentação oral, deverão autorizar a sua continuidade, rementendo-o à Banca Examinadora final ou encaminhando-o diretamente a Exame, caso não apresente as condições mínimas exigíveis.

§ 2º - À Banca Examinadora de Qualificação, composta pelos Orientadores, caberá a atribuição de notas.

§ 3º - Os membros da Banca Examinadora de Qualificação atribuirão notas durante reunião do Conselho do TCC sobre a Monografia e as etapas do projeto experimental previstas em cronograma anexo.

§ 4º - A Banca Examinadora Final atribuirá notas imediatamente após a apresentação pública dos trabalhos.

§ 5º - A Banca Examinadora Final, para PEx, será composta pelo Professor-Orientador (presidente da Mesa Examinadora), e dois professores do curso de Comunicação Social convidados pelo Professor-Orientador.

§ 6º - Fica facultativa a participação do cliente, que poderá assistir à apresentação ou participar da banca, como convidado, sem direito à atribuição de nota.

§ 7º - Caso o grupo não atenda às regras previstas durante o decorrer do PEx, será reprovado, até mesmo antes da Banca de Qualificação.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Art.10º - Os PEx serão desenvolvidos ao longo de 1 (um ano letivo) composto por dois semestres. As notas atribuídas às etapas previstas no Regulamento e no Calendário do TCC serão independentes e não implicarão na impossibilidade de cumprimento do semestre subsequente, no caso de o aluno não ter atingido a média exigida pela Unifev.

Art.11 - Nos PEx, cada membro das Bancas Final deverá atribuir notas de acordo com os quesitos abaixo relacionados, tendo por base a escala de zero a dez. A utilização de até uma casa decimal poderá servir como ferramenta para graduação da nota dentro de cada nível.

QUESITOS PARA AVALIAÇÃO DA BANCA	
QUESITO	BANCA FINAL
Apresentação Gráfica/Visual	
Apresentação Oral	
Briefing Diagnóstico	
Profundidade da Pesquisa	
Planejamento –Estratégico e de Campanha	
Caminho Criativo (Idéia)	
Qualidade das Peças de Criação	
Planejamento de Mídia	
Redação, Relação Diagnóstico x Proposta (custo-benefício) x Resultados Pretendidos	
Adequação de Criação, Mídia, Verba	
Viabilidade da Proposta	
(TOTAL) BANCA FINAL	

APRESENTAÇÃO ORAL

Art.12 - Quando da apresentação oral para a Banca Examinadora Final, cada trabalho (PEX) terá 35 minutos para sua exposição, considerando-se a variação de mais ou menos cinco minutos como tolerável. O não cumprimento do tempo regulamentado incidirá, a cada 5 minutos excedidos, na perda de 0,5 (meio) ponto na média final para a equipe infratora.

§ 1º - Na apresentação, o grupo deverá estar, rigorosamente, completo, podendo concentrar a exposição em, no mínimo, dois apresentadores.

§ 2º - Nos trabalhos de PEX, poderão utilizar-se de todos os recursos audiovisuais disponíveis para valorizar a apresentação oral.

de um projeto acadêmico-profissional.

§ 4º - Após o término da apresentação oral, os alunos ficarão à disposição para serem argüidos, coletiva ou individualmente, pelos membros da Banca e cada um terá 5 (cinco) minutos para tecer comentários e fazer perguntas que serão respondidas pela equipe. O Professor-Orientador poderá apenas tecer comentários após as respostas dos alunos.

CONCURSOS EXTERNOS

Art.13 - As equipes, cujos Projetos recebam as melhores notas, poderão inscrevê-los em concursos da categoria, representando, assim, a Unifev e o curso em âmbito regional ou nacional.

§ 1º - As equipes poderão inscrever-se nos concursos, representadas pela totalidade ou não de seus membros. Contudo, somente uma inscrição poderá ser feita.

§ 2º - As equipes cujos Projetos sejam inscritos em concursos deverão informar a seus clientes, bem como ao Conselho do TCC sobre a inscrição e o andamento do processo do concurso.

§ 3º - O PEX que alcançar a melhor média entre banca interna e banca pública representará a Unifev no Expocom.

ETAPAS DO PROJETO EXPERIMENTAL - APRESENTAÇÃO PARA A BANCA EXAMINADORA

Art.14 - As etapas dos PEx são as seguintes:

1. **ARTIGO CIENTÍFICO OU MONOGRAFIA** – Aqui o aluno faz uma explanação sobre o assunto investigado no trabalho monográfico que serviu de base teórica para o desenvolvimento do PEx.
2. **APRESENTAÇÃO** – Trata-se da introdução do Projeto, momento em que a Equipe deverá apresentar a composição da Agência Experimental, funções de cada integrante, bem como a papelaria própria e a marca da agência.
3. **HISTÓRICO DO CLIENTE** – Contextualização histórica dos principais passos da Empresa-Cliente, desde a sua criação, e a evolução para o momento atual.
4. **LEVANTAMENTO DE DADOS/ “BRIEFING”** – Nesta etapa tanto devem ser levantadas as informações, problemas e expectativas sentidas pelo Cliente, como também as situações detectadas pela própria Equipe.

Abaixo segue pré-roteiro como **sugestão** para a organização de apresentação da coleta de dados:

- a) Ficha com dados gerais do Cliente
- b) Organogramas, com as necessárias explicações e/ou rotinas/descrição de tarefas
- c) Princípios da Organização Cliente:
 - visão, missão, filosofia, objetivos
 - política (administrativa, de pessoal, comercial)
 - Clima organizacional
- d) Mercado de atuação - Levantamento e análise do mercado, da concorrência, do produto/serviço, da evolução histórico-mercadológica da atuação do Cliente, além de estudar ameaças e oportunidades, forças e fraquezas.
- e) Histórico de Comunicação – Pesquisar todas as formas de comunicação das quais o Cliente se sirva ou tenha se utilizado no passado é fundamental. Isso em relação a todos os públicos da organização. É importante conhecer as mídias, estratégias, peças, objetivos, etc.

5. **PESQUISA** – A pesquisa é parte fundamental do Projeto, capaz de subsidiar todo o seu desenvolvimento. Ela deve ser elaborada a partir dos problemas detectados no Levantamento de Dados/ Briefing e seguir criteriosamente os objetivos estabelecidos inicialmente. Ao seu término, deverá gerar um **Relatório Conclusivo**, com análise de todos os dados encontrados na pesquisa. Pode ainda ser feito um **Relatório de Recomendações** a partir da análise dos dados.

Em caso de **Pesquisas Secundárias**, as fontes deverão ser indicadas. Para **Pesquisas Exploratórias**, apresentar projeto próprio completo.

5.1- PÚBLICOS – Análise minuciosa de todos os públicos que tenham relação com o Cliente, procurando fazer análises de seus perfis geográficos, demográficos e comportamentais.

6. **DIAGNÓSTICO** – Este item é o resultado de todo o processo de pesquisa iniciado com o Briefing e encerrado com a pesquisa. Todas as informações, analisadas tecnicamente e filtradas pelo senso profissional redundarão em um conhecimento da realidade da Empresa-Cliente, apontando seus problemas (conhecidos a partir de exames criteriosos da situação encontrada).
7. **PLANEJAMENTO DE CAMPANHA** – Este item é baseado na pesquisa e diagnóstico e deve conter todos os **objetivos de marketing e de comunicação**. A equipe deve apontar a partir daí os seus objetivos, o detalhamento da estratégia, bem como uma explicação com base na pesquisa de campo, de mercado, teórica ou em quaisquer outros dados que justifiquem tal ação estratégica. Deverão ser apresentadas as soluções propostas pela agência de acordo com os objetivos de comunicação do cliente, de acordo com a seguinte subdivisão:
- 7.1- OBJETIVO DE CAMPANHA** – deve-se apresentar os principais objetivos de campanha que contribuirão para alcançar os objetivos de comunicação.
- 7.2 – ESTRATÉGIA DE CAMPANHA** – é composta dos caminhos que serão seguidos para alcançar os objetivos de campanha. Deve-se definir o tipo de campanha, bem como as estratégias utilizadas, acompanhadas das devidas explicações que justificam sua utilização.
8. **CRIAÇÃO** – deve-se iniciar com um texto de defesa de criação e apresentar todas as peças propostas, incluindo os anexos audiovisuais.

9. MÍDIA – deve-se apresentar um plano de mídia que obedeça a estrutura com Objetivos, Estratégias e Táticas de Mídia, bem como Cronogramas de Distribuição, de Inserções e de Verba de Mídia.

10. INVESTIMENTO – item que se refere a um resumo da utilização da verba disponível para comunicação, composto pelos custos de veiculação, produção, sustentação e apoio às ações propostas.

11. BIBLIOGRAFIA

REGRAS PARA ENTREGA DOS VOLUMES DO TCC

Art.15 - Deverão ser entregues 3 (três) volumes, digitados e encadernados em espiral, na data determinada pelo Cronograma deste Regulamento e protocolados junto ao Lab.In. Todos terão de ser originais e (1) um deles em capa dura. O Artigo Científico ou Monografia deverão estar encadernados junto aos volumes em espiral e capa dura que serão protocoladas no Lab.In., de acordo com cronograma de entrega em anexo, para o desenvolvimento dos trabalhos relativos às Bancas Examinadoras.

§ 1º - O volume capa dura ficará à disposição da Unifev para consulta e pesquisa.

§ 2º - O volume destinado ao cliente ficará por conta da Equipe.

Art.16 - A Monografia do TCC deverá obedecer às regras da metodologia científica da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

§ 1º O não cumprimento das regras da ABNT incorrerá na reprovação do trabalho ou perda de nota.

§ 2 – O planejamento de campanha não deverá obrigatoriamente seguir as normas expressas anteriormente, tendo em vista a possibilidade da criação de cada equipe.

Art.17º - A data de entrega final do **Artigo Científico e da Monografia** bem como de **todos os volumes** dos PEx prontos, de acordo com o **Calendário do Regimento**, deverá ser rigorosamente respeitada. O não cumprimento resultará na perda de 0,5 (meio) ponto de cada fase (Artigo Científico, Monografia e PEx), a cada data não cumprida, na média final da Equipe infratora.

Art.18º - A equipe deverá seguir fielmente o cronograma estabelecido, apresentando cada etapa, nas datas correspondentes, ao Professor-Orientador, sob o risco de perda de 0,5 (meio) ponto na média final pelo descumprimento de cada Etapa.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES DO TCC-PP-2016

	DATA-LIMITE
Apresentação do regulamento	agosto
Formação de Equipes / Agências	agosto
Escolha dos temas de Campanha / Monografias	agosto
Agência / papelaria	setembro
Apresentação do Cliente / Entrega do Relatório Perfil do Cliente (Vanessa e Giselda)	setembro
Definição do cronograma de orientação (Vanessa e Giselda)	setembro
Briefing / histórico – cópias para o orientador (Vanessa e Giselda)	setembro
Pesquisa de mercado – elaboração, aplicação e tabulação (Vanessa e Giselda)	setembro
Diagnóstico (Vanessa e Giselda)	Até 30/setembro
Planejamento de Campanha (Vanessa e Giselda)	outubro
Peças de criação (Vinícius, Santiago, Aleph e Edson)	outubro
Plano de Mídia / Investimentos (Lucimar)	outubro
Entrega do Projeto com as peças (Vanessa)	novembro
Entrega Final dos Volumes para Avaliação (protocolo no Lab.In.)	novembro
Apresentação à Banca Final Examinadora	dezembro

**Conselho de Professores para Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda**

Prof. Me. Aleph Teruya Eichembrg	
Profa. Ma. Giselda Fernandes Poiani Gomes	
Profa. Ma. Maria Júlia Barbieri Eichemberg	
Prof. Dr. Edson Roberto Bogas Garcia	
Profa. Ma. Vanessa Mara Pagliarani Zeitune	
Prof. Me. Vinícius Sanches dos Santos	

Prof. Ma. Vanessa Mara Pagliarani Zeitune

Prof. Ma. Vanessa Mara Pagliarani Zeitune
Coordenadora de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda