



**UNICURITIBA**

## **REGULAMENTO DO TCC-PROJETO EXPERIMENTAL**

### **CAPÍTULO I**

#### **Da Definição**

**Art. 1º** O TCC-Projeto Experimental é atividade curricular obrigatória para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, na Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Comunicação Social, do Centro Universitário Curitiba.

**Art. 2º** A finalidade do TCC-Projeto Experimental é a operacionalização teórica e prática dos conhecimentos adquiridos durante o curso, por meio da realização de um projeto completo para a solução de um problema real na área profissional do aluno, conforme diretrizes, condições, prazos e detalhamentos do presente regulamento.

### **CAPÍTULO II**

#### **Dos Objetivos**

**Art. 3º** São objetivos do TCC-Projeto Experimental:

- I- propiciar ao aluno a vivência funcional do trabalho em equipe, despertando seu espírito organizacional e sua criatividade;
- II- conhecer e interagir no mercado de trabalho;
- III- exercitar a análise de dados reais e a argumentação por meio do planejamento;
- IV- incentivar o pensamento analítico e crítico da realidade.

### **CAPÍTULO III**

#### **Das Características**

**Art. 4º** Para cumprir sua finalidade e seus objetivos, o TCC-Projeto Experimental será desenvolvido durante o 8º período do Curso de Publicidade e Propaganda e contará com especial apoio pedagógico e operacional da disciplina de Direção de Criação no 7º período para compreensão, informações necessárias e início das atividades.

**§ 1º** A carga horária do Projeto Experimental é de 324 horas de aula e atividades.

**§ 2º** O Professor Supervisor do Projeto Experimental é escolhido pela Coordenação da Faculdade de Comunicação Social.

**Art. 5º** Todos os trabalhos serão orientados preferencialmente pelos professores das disciplinas específicas da Habilitação em Publicidade e Propaganda.

**Art. 6º** Os projetos serão produzidos com base em empresas reais de qualquer segmento do mercado de produtos e serviços da iniciativa privada, com preferência por empresas que sejam conveniadas ou parceiras do Centro Universitário Curitiba e que possuam obrigatoriamente CNPJ.



## UNICURITIBA

**Art. 7º** Todos os projetos deverão ter consistência de fundamentação metodológica científica e, na parte escrita, ser redigidos de acordo com as normas técnicas.

**Art. 8º** O desenvolvimento do TCC-Projeto Experimental depende da anuência formal da empresa prospectada.

### CAPÍTULO IV

#### Da Organização das Equipes

**Art. 9º** O Projeto Experimental será realizado **obrigatoriamente** em equipes de 3 ou 4 acadêmicos do Curso de Publicidade e Propaganda, regularmente matriculados.

**Parágrafo único.** Havendo disparidade numérica obrigatoriamente ocorrerá um sorteio para que o aluno possa integrar a equipe composta por 3 ou 4 componentes.

**Art. 10.** Após o início das atividades, o acadêmico que abandonar a equipe será automaticamente considerado desistente e reprovado nesta disciplina.

**Art. 11.** Cada equipe deverá nomear um representante do grupo perante os professores, em qualquer atividade na qual não for obrigatória a presença de todos os integrantes.

**Art. 12.** Para o controle dos trabalhos, cada equipe deverá entregar ao Professor Supervisor uma ficha de identificação do grupo, com o nome da empresa, do produto e ou serviço. Essas fichas serão fotocopiadas e entregues a todos os professores envolvidos no Projeto Experimental e na disciplina de Direção de Criação, e nelas poderão ser registradas as principais fases do desenvolvimento dos trabalhos.

### CAPÍTULO V

#### Do Desenvolvimento dos Trabalhos

**Art. 13.** É obrigatória a observância, pelas equipes, dos itens e datas previstas no cronograma de trabalho, definido pelo Professor Supervisor na primeira semana letiva do semestre, sob pena de reprovação.

**Art. 14.** O Projeto Experimental terá a estrutura a seguir.

- I - *Briefing*: levantamento da realidade da empresa, do produto/serviço e do mercado.
- II - Pesquisa de mercado.
- III - Plano de *Marketing*: com ênfase no diagnóstico e no prognóstico.
- IV - Plano de Gerenciamento do produto ou serviço (promoção, vendas e *merchandising*).
- V - Planejamento de Comunicação.
- VI - Plano de Criação.
- VII - Plano de Mídia.
- VIII - Plano de Produção Gráfica e Eletrônica.
- IX - Administração da Campanha: custos internos e externos.

**Art. 15.** Em qualquer hipótese o Projeto Experimental deverá conter o que se exige abaixo.



**UNICURITIBA**

- I Anúncio para revista.
- II Anúncio para jornal.
- III *Outdoor*.
- IV Filme para TV.
- V *Jingle* ou *spot* para rádio.
- VI Ações de mídia extensiva e *on-line*, na *mídia*, *merchandising*, patrocínios, *marketing* direto, *marketing* de relacionamento, promoções e eventos.

**Parágrafo único.** A não-utilização de uma peça obrigatória deverá ser justificada, por escrito, no corpo do trabalho.

## **CAPÍTULO VI**

### **Da Entrega e da Apresentação dos Projetos Experimentais**

**Art. 16.** A apresentação do TCC-Projeto Experimental compõe-se de três partes.

**I - Parte escrita:** apresentação discursiva do projeto, redigida de acordo com as normas técnicas pertinentes a trabalhos acadêmicos, com a descrição dos procedimentos adotados e justificativas, em tantas vias quantos forem os componentes da banca examinadora e mais uma, encadernada em capa dura, para fins de arquivo.

**II - Parte material:** conjunto de todas as peças propostas na campanha, escritas, gráficas, eletrônicas e sonoras, reproduzidas em cópias compatíveis e proporcionais ao formato de sua divulgação;

**III - Defesa oral:** exposição e sustentação oral de todo o TCC-Projeto Experimental, perante banca examinadora previamente designada pela Coordenação do Curso e de, no mínimo, três professores, devendo estar presentes todos os integrantes da equipe.

**Art. 17.** A entrega da parte escrita e da parte material, na Coordenação do Curso, é necessariamente conjunta, na data prevista no cronograma de trabalho e, somente em casos excepcionais, a critério do Coordenador do Curso e devidamente justificados, poderá ser admitida a entrega do Projeto, ou de parte dele, fora do prazo.

**Art. 18.** A ausência não justificada de integrante da equipe, na defesa oral do Projeto, implica reprovação do ausente.

## **CAPÍTULO VII**

### **Das Avaliações**

**Art. 19.** A nota individual do primeiro bimestre resulta do relatório parcial sobre o desenvolvimento das atividades, a ser entregue individualmente ao Professor Supervisor na data fixada no cronograma de trabalho. A nota do segundo bimestre resulta da apresentação do Projeto Experimental.



## UNICURITIBA

**Art. 20.** Cada membro da banca examinadora atribuirá nota separada a cada uma das partes do Projeto Experimental, resultando a nota final da média aritmética dos graus atribuídos.

**Art. 21.** A nota final de cada membro da banca examinadora será somada à dos demais membros e, da média aritmética obtida, resultará o grau a ser atribuído individualmente a cada um dos integrantes da equipe.

**Parágrafo único.** Não há exame final do TCC-Projeto Experimental.

**Art. 22.** Para fins de registro, as notas bimestrais serão lançadas normalmente nos diários de classe pelo Professor Supervisor.

### CAPÍTULO VIII

#### Das Disposições Finais

**Art. 23.** A reprovação no TCC-Projeto Experimental, nos termos do Regimento do Centro Universitário Curitiba, implica repetição da atividade no semestre letivo subsequente, não cabendo qualquer revisão ou recurso de revisão de nota.

**Art. 24.** Os casos omissos no presente Regulamento serão resolvidos pela Coordenação do curso, com eventual recurso à Pró-Reitoria Acadêmica do Centro Universitário Curitiba.

**Art. 25.** Este Regulamento entra em vigor na data da sua aprovação pela Reitoria, revogadas as disposições em contrário.