



**PROJETO PEDAGÓGICO DE
CURSO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA
(Bacharelado)**



UNIVAS
UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ

Pouso Alegre – MG

2023

ESTRUTURA UNIVERSITÁRIA

Fundação de Ensino Superior do Vale do Sapucaí – Presidente

Professor Esp. Elísio Meirelles de Miranda

Reitor da Universidade do Vale do Sapucaí – Prof. Dr. José Dias da Silva Neto

Vice-Reitor da Universidade do Vale do Sapucaí – Prof. Dr. Taylor Brandão Schnaider

Pró-Reitor de Graduação – Prof. Me. Guilherme Luiz Ferrigno Pincelli

Pró-Reitora de Pós-Graduação e Pesquisa – Prof.^a Dra. Joelma Pereira de Faria Nogueira

Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários – Prof.^a Ma. Silvia Mara Tasso

Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Eugenio Pacelli / Unidade Fátima

Diretor Acadêmico – Prof. Dr. Diego Henrique Pereira

Curso de Publicidade e Propaganda

Coordenador

Prof. Me. Jair Pinto de Assis Júnior

SUMÁRIO

1 A INSTITUIÇÃO	5
1.1 Contexto educacional	5
1.2 Missão, visão e valores da Univás	6
1.3 Objetivos da Univás	7
1.4 Perfil do Egresso	8
2 O CURSO	9
2.1 Descritores do curso	9
2.2 Histórico do curso	10
2.3 Integração do curso com a comunidade local e regional	11
3 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO	11
3.1 Objetivos geral e específicos do curso	11
3.2 Perfil do Egresso do curso	12
3.3 Competências a serem desenvolvidas	14
3.4 Estrutura Curricular	14
3.4.1 Áreas de Formação	16
3.4.2 Conteúdo por Área de Formação	16
3.4.3 Unidades curriculares	18
3.5 Indicadores fixos	19
3.6 Metodologia	19
3.6.1 Flexibilidade curricular	19
3.6.2 Atividades acadêmicas	20
3.6.3 Tecnologias de Informação e Comunicação aplicadas ao Ensino e à Aprendizagem	21
3.7 Extensão	22
3.8 Pesquisa	22
3.8.1 Diretrizes para o Trabalho de Conclusão de Curso	23
3.9 Atividades complementares	23
3.10 Procedimentos de Avaliação do Processo de Ensino e Aprendizagem	25
3.11 Política institucional de acompanhamento do egresso	27
4 CORPO DOCENTE	28
4.1 Coordenador(a) do curso	28
4.2 NDE	29
4.3 Colegiado de Curso	29
4.4 Titulação	30
4.5 Regime de Trabalho	30
4.6 Equipe Multidisciplinar do AVA	31
4.7 Planejamento didático-pedagógico	32
4.8 Política de Formação	33
5 INFRAESTRUTURA	34
5.1 Sala da coordenação de curso	34
5.2 Sala coletiva de professores	34
5.3 Salas de aula utilizadas pelo curso	34
5.4 Laboratórios e outros espaços pedagógicos utilizados pelo curso	35
5.5 Biblioteca	35
6 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL	36
6.1 CPA	36

APÊNDICE A - Matriz Curricular – 2023-2026.....	38
APÊNDICE B - Regulamento dos Trabalhos de Conclusão de Curso	41
APÊNDICE C - Regulamento da Agência Experimental de Publicidade E Propaganda - Agência Carijó.....	53
APÊNDICE D - Regulamento da Comissão de Projetos e Eventos do Curso De Publicidade E Propaganda - COPEPP	58
APÊNDICE E – Corpo docente (Presencial e AVA).....	61
ANEXO A - Regulamento das Atividades Complementares e Acadêmico-Científico-Culturais	62
ANEXO B - Portarias de Nomeação de Coordenador	66

UNIVÁS
UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ

1 A INSTITUIÇÃO

A Universidade do Vale do Sapucaí – Univás é uma universidade de ensino superior mantida pela Fundação de Ensino Superior do Vale do Sapucaí - Fuvs, com personalidade jurídica própria, sem fins lucrativos, com sede e foro na cidade de Pouso Alegre-MG, sendo administrativa e financeiramente autônoma.

A Univás é composta por duas unidades acadêmicas e pelo Hospital das Clínicas Samuel Libânio, hospital universitário. Atende mais de 3.000 alunos, distribuídos em cursos de graduação e de pós-graduação (doutorados, mestrados e especializações).

1.1 Contexto educacional: aspectos econômicos, sociais, demográficos e educacionais da região

Com um campo de atuação que se estende por todo o Vale do Sapucaí, a Univás está inserida no município de Pouso Alegre. De acordo com o IBGE (estimativa para 2021), Pouso Alegre tem uma população de 154.293.

Situada no centro da mesorregião Sul de Minas Gerais, Pouso Alegre situa-se numa área estratégica e de acesso aos três maiores centros de produção e consumo do País, pois está a 200 km de São Paulo, a 385 km de Belo Horizonte e a 390 km do Rio de Janeiro. Esta posição é privilegiada por estar ligada à BR 459 e à BR 381, pela circulação de mercadorias e por ser o corredor do transporte de 20% da produção industrial de Minas Gerais e São Paulo.

A economia da cidade é de base principalmente agropecuária e industrial. Também apresenta um comércio diversificado, que atende a população de toda a região. Na área de serviços, conta com hotéis, bares e restaurantes diversos. Há forte presença também dos setores de educação e saúde.

Além de ser importante polo exportador de produtos alimentícios, Pouso Alegre congrega cerca de 4.500 empresas, conforme dados de 2017. Quanto ao porte, classificam-se como micro e pequenas (3.764) e médias e grandes (111). Os principais setores com investimentos e geração de empregos são: alimentício, automotivo, farmacêutico e porto seco (dados da Prefeitura Municipal de Pouso Alegre).

A cidade é também um dos principais polos de serviços do sul de Minas Gerais, principalmente, na área da Saúde, contando com o Hospital das Clínicas Samuel Libânio (HCSL), que também é hospital escola, pertencente à Fundação do Vale do Sapucaí. A instituição atende, atualmente, a população de 16 microrregiões do Estado de Minas Gerais, correspondendo a 191 municípios, com uma população estimada de 3.500.000 habitantes.

Também estão presentes outros hospitais, clínicas e centros de diagnóstico que atendem a mais de 50 municípios de toda a região. No setor público, encontra-se toda a estrutura da rede básica de saúde, tanto em Pouso Alegre, como nas cidades da região.

No setor de comunicação, a cidade e a região possuem várias emissoras de rádio e de TV, várias agências de publicidade e propaganda, jornais e revistas impressos e canais de mídia digital em diversos formatos e conteúdo. Em relação à cultura, Pouso Alegre sedia um dos mais importantes conservatórios de música, o Conservatório Estadual de Música Juscelino Kubistchek de Oliveira que, além de formar artistas em diversas áreas culturais, também promove eventos significativos na cidade e região. Outros espaços importantes de gestão e divulgação da cultura são o Teatro Municipal e a Galeria Artigas. A cultura popular é significativa em toda a região, principalmente nas manifestações de cunho religioso, como congadas e folias de reis. Significativa também é a presença de artesãos e artesãs. Muitos deles comercializam seus produtos na feirinha do artesanato, na praça central da cidade. A culinária se apresenta como outro ponto forte do município e da região, com comidas típicas mineiras e toda uma variedade que vai da comida de rua à gastronomia com inspiração internacional, presentes em vários restaurantes, padarias, cafeterias e *food trucks*.

Na área de educação, a cidade conta com um Instituto Federal, 15 escolas estaduais, 47 particulares e 35 municipais, além de seis instituições de ensino superior em modalidade presencial, a maior das quais é a Univás, sendo a única Universidade da Microrregião de Pouso Alegre/MG. Neste aspecto, a Univás é a principal formadora de recursos humanos da região.

Como maior e principal instituição de ensino superior do Vale do Sapucaí, a Univás representa a conquista social da região no que concerne à formação da cidadania. Como universidade regional, seu objetivo precípua é o de que cada jovem que a integra se forme no próprio meio onde vive, e que se transforme em uma fonte de energia para as transformações históricas. Transformações que requerem, como indispensável, a integração entre a Univás e a comunidade, que se estabelece como um dos princípios diretores da política pedagógica da Univás.

1.2 Missão, visão e valores da Univás

Missão: Contribuir para a formação de indivíduos éticos, socialmente responsáveis e competentes, que possam ser elementos de transformação social na construção de um mundo sempre mais justo, livre e democrático.

A **visão** da Univás é ser uma organização que se destaque pelas suas ações em prol da vida, do ser humano e de uma sociedade fundada em valores éticos. A Univás se projeta no futuro na busca de uma identidade que marcará sua trajetória. Caminho que deve ser pautado por princípios éticos de conduta e compromisso com o desenvolvimento do país.

Os principais **Valores** da Univás são:

- I. promover o ser humano, enquanto artífice da sociedade;
- II. valorizar todos os segmentos universitários, respeitando a individualidade e investindo na sua capacitação e qualificação;
- III. estimular a gestão democrática e assegurar o funcionamento de órgãos colegiados deliberativos, dos quais participem segmentos da comunidade acadêmica;
- IV. assegurar a ética nas relações entre os segmentos universitários;
- V. estimular a prestação de serviços especializados à comunidade, estabelecendo com esta uma relação de reciprocidade;
- VI. promover a disseminação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos, comunicando o saber por intermédio das atividades de ensino, pesquisa e extensão;
- VII. otimizar a utilização dos recursos materiais, tecnológicos, financeiros e humanos disponíveis; e
- VIII. flexibilizar os métodos e critérios, com vista às diferenças individuais dos alunos e às peculiaridades da região.

1.3 Objetivos da Univás

Principais objetivos:

- I. cumprir função humanística, contribuindo para o processo de consolidação da cidadania brasileira, mediante a primazia da pessoa humana sobre a matéria; primazia do bem comum sobre o bem individual; primazia da justiça e da fraternidade no relacionamento entre as pessoas e da correlação dos direitos e deveres de cada um;
- II. cumprir função cultural, estimulando as diversas produções culturais, principalmente as regionais, promovendo a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber por meio do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;

- III. cumprir função social, atendendo permanentemente a comunidade por meio de projetos e ações integradas, estimulando propostas junto aos diversos setores da sociedade em todos os campos e níveis do saber;
- IV. cumprir função formadora e transformadora, investindo no aluno, para formar cidadãos competentes, socialmente responsáveis e empreendedores nas diversas áreas do conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua;
- V. cumprir função renovadora, buscando o ajuste contínuo às mudanças por que passa a sociedade, criando e reformulando cursos, adotando a flexibilidade como característica de métodos, critérios e currículos;
- VI. cumprir função científica, incentivando o trabalho de pesquisa e a investigação, desenvolvendo o entendimento do homem e do meio em que vive e mantendo a possibilidade de expressão de diferentes linhas de pensamento;
- VII. cumprir função administrativa buscando a viabilidade financeira das atividades exercidas, aumentando a produtividade e a competitividade com redução de custos e sem prejuízo do nível de qualidade; e
- VIII. cumprir função empreendedora, valorizando o corpo discente como polo convergente das atividades da Univás; valorizando o corpo técnico-administrativo como apoio imprescindível; valorizando o corpo docente como agente fundamental no desenvolvimento das ações que propiciem o alcance dos objetivos da Univás.

1.4 Perfil do Egresso

O Egresso da Univás, nas diversas áreas de formação, será um profissional e cidadão:

- a) ético, conhecendo e exercendo as responsabilidades sociais e profissionais que lhe cabe;
- b) competente, capaz de reunir os aprendizados construídos, apresentando uma excelente base de informação e formação, e de desenvolver suas atividades com qualidade e criatividade; e
- c) participativo, contribuindo para o desenvolvimento social, seja por meio das atividades inerentes à sua profissão, seja como pesquisador e/ ou cientista, e ainda como sujeito consciente de seu papel político, cultural e social.

2 O CURSO

2.1 Descritores do curso

Denominação do Curso	Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda
Modalidade	Presencial
Regime	Semestral
Carga horária do curso (DCN)	2700
Carga horária do curso (PPC)	2700
Processo Seletivo	Vestibular / Nota do Enem
Número de vagas/ano	60
Turno de funcionamento	Noturno
Tempo de Integralização	Mínimo: 8 semestres Máximo: 12 semestres
Última mudança curricular	2022
Coordenador(a) do Curso	Prof. Me. Jair Pinto de Assis Júnior
Formação do(a) Coordenador(a)	Mestre em Ciências da Linguagem
Graduação do(a) Coordenador(a)	Graduação em Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda
Regime de trabalho do(a) Coordenador (na Universidade)	Integral
Tempo dedicado à Coordenação	10 horas aula semanais
Autorização	Portaria Reitoria n. 31, de 26/09/2001
Renovação de Reconhecimento	Portaria SERES/MEC nº 387, de 13/08/2024 – DOU 14/08/2024.
Diretrizes Curriculares Nacionais	Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002. Parecer CNE/CES nº 146/2020, aprovado em 29 de abril de 2020.

Quadro 1 – Descritores do curso

2.2 Histórico do curso

O curso de Publicidade e Propaganda da Univás iniciou suas atividades no ano de 2002, autorizado pela Portaria 31, de 26 de setembro de 2001 e reconhecido pelo Decreto publicado no Diário Oficial “Minas Gerais” em 25 de agosto de 2005.

Desde sua criação, o curso já formou 17 turmas. Para isso, tem atualizado constantemente suas práticas com objetivo de ofertar ensino da atividade publicitária com caráter social/humano, estratégico, criativo, tecnológico, inovador e empreendedor, tendo como o aperfeiçoamento mais significativo, o presente Projeto Pedagógico, o qual é fruto das novas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, instrumento que define os princípios, fundamentos, condições e procedimentos da formação de Graduados em Publicidade e Propaganda e que são estabelecidas pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação (CES/CNE) em âmbito nacional.

Tais atualizações permitiram proporcionar uma formação a partir da flexibilidade curricular de maneira não linear, o que possibilita ao estudante, construir a sua trajetória de forma singular de acordo com seus interesses e objetivos pessoais e profissionais.

O movimento do mercado atual sinaliza uma tendência geradora de inúmeras oportunidades fora dos grandes centros, uma vez que, o contexto pandêmico instituído nos anos de 2020 e 2021, acelerou o exercício do trabalho remoto, fato que permite o profissional de comunicação atual desenvolver atividades para empresas de todo o mundo.

Por outro lado, é perceptível que a prática de mercado local e regional foi positivamente impactada pelos profissionais formados pelo curso desde sua criação. Atualmente esse cenário tem demonstrado uma crescente demanda de posicionamento institucional e mercadológico por parte de anunciantes como uma forma de sobrevivência e/ou diferenciação de seus produtos ou serviços frente aos concorrentes, o que, inevitavelmente, incide na alta demanda por profissionais aptos ao exercício das atividades relacionadas à atividade publicitária.

A Univás, de acordo com seu PDI, tem procurado acompanhar as tendências no campo da educação, e de modo especial, no que concerne ao crescente emprego das tecnologias da informação, comunicação. Isso possibilita ao curso de Publicidade e Propaganda inúmeras oportunidades de suas práticas educativas, atualizando os modos de ensino e aprendizagem, articulando o trabalho do professor com os alunos, além de renovar as atividades integradas de pesquisa e extensão no meio acadêmico.

As práticas sociais também são grandes beneficiadas nesta atualização, uma vez que a Curricularização da extensão permite o desenvolvimento mais efetivo e alinhado às diretrizes da instituição por meio da criação de programas, projetos, cursos e oficinas, eventos e de prestação de serviços em que haja intervenções diretas da Universidade junto à comunidade. É nesse contexto educacional, social, econômico e mercadológico que a Univás materializa sua missão de se constituir como uma organização que atua por meio de suas ações em prol da vida, do ser humano e de uma sociedade fundada em valores éticos.

2.3 Integração do curso com a comunidade local e regional

Como Universidade regional, o objetivo da Univás é de que cada pessoa que a integra se forme no próprio meio onde vive, e que se torne em uma fonte de energia para as transformações históricas. Transformações essas que requerem, como indispensável, a integração entre a Univás e a comunidade, que se estabelece como um dos princípios diretores da política pedagógica da Univás.

A integração do curso de Publicidade e Propaganda com a comunidade local e regional se dá por meio das atividades de Extensão universitária, as quais se constituem como aportes decisivos à formação do estudante, seja pela ampliação do universo de referência que ensinam, seja pelo contato direto com as grandes questões contemporâneas que possibilitam. Esses resultados permitem enriquecimento da experiência discente em termos teóricos e metodológicos, ao mesmo tempo em que abrem espaços para reafirmação e materialização dos compromissos éticos e solidários da Universidade para com o meio em que está inserida. Nesse sentido a integração com a comunidade ocorre por meio da prática de programas, projetos, cursos e oficinas, eventos diversos e da prestação de serviços de comunicação que o curso pode ofertar.

Além das práticas das atividades de extensão, a integração com a comunidade local se dá pela inserção de alunos no mercado de trabalho por meio dos estágios (na grande maioria remunerados), os quais aproximam ainda mais, o Curso de Publicidade e Propaganda da comunidade.

3 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO

3.1 Objetivos geral e específicos do curso

Com base nos princípios estabelecidos na missão da instituição e norteados pela Diretrizes Curriculares Nacionais, o curso se propõe a contribuir com a região na qual se situa, formando indivíduos que tenham à sua frente valores como ética e responsabilidade social, atuando como agentes de transformação social, ao mesmo tempo em que articulam conhecimentos dentro da área de formação específica. Nesse sentido, são objetivos do curso:

Objetivo geral

Formar publicitários com sólidos conhecimentos ético-humanísticos, de comunicação e das áreas específicas da Publicidade e Propaganda.

Objetivos específicos

- a) Formar profissionais com uma visão crítico-reflexiva e inovadora frente aos desafios do complexo cenário da comunicação nos diversos contextos em que está inserido;
- b) Formar profissionais conscientes de sua função social e de sua capacidade de transformação da realidade nas diversas modalidades comunicacionais;
- c) Preparar o profissional para atuar de forma integrada, por meio da capacidade de dominar e aplicar linguagens, técnicas, tecnologias, conceitos mercadológicos e estéticos na execução de soluções de comunicação.

3.2 Perfil do Egresso do curso

Fundamentada nas Diretrizes Curriculares Nacionais e nas orientações do Projeto Pedagógico Institucional - PPI, a Univás tem por objetivo formar “indivíduos éticos, socialmente responsáveis e competentes que possam ser elementos de transformação social na construção de um mundo sempre mais justo, livre e democrático” tornando-os aptos para participar do desenvolvimento da sociedade, por meio da pesquisa e da investigação científica. Por este motivo, o Egresso da Univás, nas diversas áreas de formação, deve ser um profissional diferenciado no mercado, deve reunir todos os instrumentos de aprendizados e apresentar uma considerável base de informação e formação, com capacidade para desenvolver projetos completos, com consciência e qualidade.

Ao final de sua jornada acadêmica deve ser um cidadão consciente de seus direitos e deveres para com a sociedade, pautando-se por atitudes éticas, políticas e humanísticas e ser capaz de inserir-se no âmbito das mudanças sociais.

A formação acadêmica deve dar-lhe condições para o exercício da profissão e capacidade para identificar problemas relevantes em sua realidade, permitindo-lhe avaliar e oferecer diferentes posicionamentos frente a essa problemática.

Deve buscar o desenvolvimento da ciência e da tecnologia, além do aperfeiçoamento cultural permanente e ter condições de realizar conexões entre ensino, pesquisa e extensão quando estimulado e por iniciativa própria.

No âmbito do curso de Publicidade e Propaganda o perfil do egresso é caracterizado pela:

- a) capacidade de buscar e compreender informações para fazer diagnóstico de comunicação dos clientes;
 - b) realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de agrupamentos etc.;
 - c) definir objetivos e metas para construir estratégias e táticas de comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;
 - d) conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
 - e) executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
 - f) realizar e interpretar pesquisas, construir diagnóstico como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias;
 - g) dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
 - h) planejar, executar e administrar campanhas de comunicação para o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o *merchandising* e o marketing direto e de relacionamento;
 - i) identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
 - j) identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- l) assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e propaganda.
- j) desenvolver a capacidade para resolver problemas complexos e para o desenvolvimento de novas metodologias de trabalho para o desempenho da prática publicitária e dos modelos de negócios em publicidade.

3.3 Competências a serem desenvolvidas

Se constituem como competências específicas do profissional formado pelo curso de Publicidade e Propaganda da Univás as capacidades de:

Pesquisa: obter as informações preliminares e adicionais para o desenvolvimento dos trabalhos de comunicação;

Diagnóstico: analisar criticamente as informações para identificação do problema de comunicação do cliente;

Planejamento: articular as informações para o estabelecimento de objetivos e metas, estratégias e táticas;

Produção, execução, veiculação e avaliação: produzir, executar, veicular e avaliar os trabalhos de comunicação, como campanhas, ações e peças para os mais diversos meios, suportes e contextos;

Criação publicitária: dominar linguagens estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação publicitária;

Reflexão: desenvolver olhar crítico sobre as teorias da publicidade e propaganda e sua relação com as práticas sociais e de mercado;

Gestão da comunicação: planejar, dirigir e monitorar equipes e projetos de comunicação institucional e mercadológica com base nas premissas da marca e nos dados de marketing;

Inovação: desenvolver novos formatos de negócios no campo da comunicação com objetivo de promover o desenvolvimento do mercado no qual esteja inserido.

3.4 Estrutura Curricular

A estrutura curricular do Curso foi desenvolvida a partir das premissas instituídas nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, as quais preveem aspectos de caráter social/humano, estratégico, criativo, tecnológico, inovador e empreendedor do trabalho publicitário.

A estrutura é organizada por eixos transversais e tem o objetivo de contribuir diretamente para a formação multidisciplinar do estudante, respeitando sua individualidade e interesses por meio da flexibilidade curricular.

A articulação teórico-prática é efetivada por três eixos principais, sendo:

Formação ético-humanística e formação em Comunicação: 1200 (mil e duzentas) horas;

Formação específica em Publicidade e Propaganda: 1200 (mil e duzentas) horas.

O eixo de formação específica em Publicidade e Propaganda é composto por quatro subeixos, sendo:

- I - Fundamentos Teóricos e Técnicos da publicidade;
- II - Gestão publicitária;
- III - Criação, produção e tecnologias em Publicidade e Propaganda;
- IV - Práticas Laboratoriais em Publicidade e Propaganda.

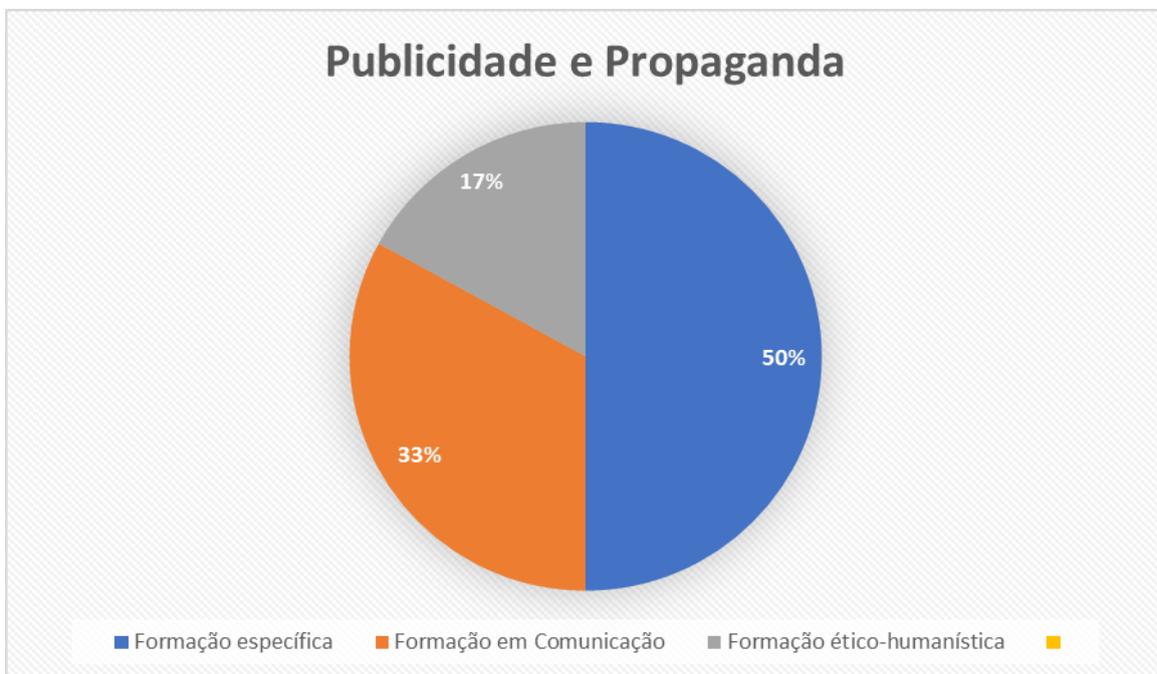


Figura 1 – Eixos de Formação do Curso

Além das 2.400 (duas mil e quatrocentas) horas, o curso prevê mais 300 (trezentas) horas destinadas para as atividades complementares, compondo assim, 2.700 (duas mil e setecentas horas).

Ressalta-se que o curso busca, dentro das unidades curriculares oferecidas e em outras atividades acadêmicas, de forma específica e em atividade conjunta com os demais cursos da instituição, atender as legislações e diretrizes nacionais:

1. Lei nº 9.795 de 1999 e o Decreto nº 4.281 de 2002, que institui a Política Nacional da Educação Ambiental.

2. Decreto nº 5626/2005 - Dispõe sobre a oferta de Libras
3. Lei 11.645/2008 e Resolução CNE/CP nº 1 de 2004, que institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.
4. Resolução CNE/CP nº 2/2012); Decreto nº 7.746/2012 e Instrução Normativa nº 10/2012, sobre o Desenvolvimento Nacional Sustentável;
5. Resolução CNE/CP nº 01 de 30 de maio de 2012, que trata das Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.

3.4.1 Áreas de Formação

As áreas de formação contemplam os conteúdos necessários para a formação do discente, considerando as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso, o Projeto Institucional e a realidade local e regional. Essas áreas são adaptadas do instrumento Áreas de Formação e Treinamento (CINE-F 2013), a partir do levantamento realizado com os coordenadores dos cursos da Unidade Fátima, em 2021, dos conteúdos trabalhados nos cursos oferecidos nessa Unidade. Feito o levantamento, foi possível identificar os itinerários formativos propostos pelos projetos pedagógicos, a “identidade” dos cursos e o perfil de egresso esperado.

Também, nesse levantamento, foi possível localizar áreas em comum entre os cursos e os que possuem maior desenvolvimento em determinadas áreas. Estes são considerados “cursos mandantes”: os responsáveis por organizar as unidades curriculares que contemplarão os conteúdos das áreas de formação.

Neste sentido, tem-se o compromisso de manter a identidade de cada curso, mas possibilitando oferecer itinerários formativos diversos (unidades curriculares diferentes que contemplam o conteúdo e a área de formação específicos). Garante-se a formação sólida esperada, com a flexibilidade desejada e a interdisciplinaridade das áreas do conhecimento.

3.4.2 Conteúdo por Área de Formação

Área de Formação: Comunicação e Expressão

Conteúdo: Oratória e defesa de ideias; Técnicas e práticas de apresentação de projetos.

Área de Formação: Estudos Linguísticos

Conteúdo: Semiótica; Estudos da linguagem; Escrita.

Área de Formação: *Design*

Conteúdo: Processo criativo e técnicas de criatividade; Conceitos de *design*, fundamentos de softwares específicos para a criação publicitária; Conceitos de direção de arte, teoria das cores, composição visual, tipografia e produção gráfica; Conceitos de interfaces digitais e usabilidade.

Área de Formação: Audiovisual

Conteúdo: Conceitos, técnicas, práticas e equipamentos da fotografia básica e publicitária; Conceitos, técnicas, práticas e softwares do audiovisual publicitário; Conceitos, técnicas, práticas e softwares de produção sonora.

Área de Formação: Ciências da Comunicação

Conteúdo: Fundamentos teóricos da Comunicação, das linguagens, mídias e suas tecnologias; Gestão e informação de dados aplicados à comunicação; *Design* de interfaces nas interações comunicacionais digitais; Princípios da propagabilidade, visibilidade, engajamento e colaboratividade no trabalho de comunicação e suas perspectivas frente às convergências midiáticas (transmídia/crossmídia); Estudos de mídias com suas produções, formas de circulação e aspectos da audiência e de suas recepções; Comunicação em plataformas digitais Pesquisa científica em comunicação e estudos de mídias.

Área de Formação: Marketing e Publicidade

Conteúdo: Conceitos, técnicas e práticas de redação publicitária; de marketing, de marketing promocional, digital, de conteúdo e *storytelling*; Conceitos do Direito; Direito do consumidor e legislação publicitária; Atendimento publicitário; Psicologia do consumidor; Modalidades e aplicabilidades do planejamento de marketing, comunicação e de campanha; Conceitos e práticas de gestão de marcas; Gestão de negócios e projetos publicitários; Produção de eventos.

Área de Formação: Extensão

Conteúdo: Atividades de extensão que promovam intervenções que envolvam diretamente as comunidades externas por meio de programas, projetos, cursos, eventos, prestação de serviços, assessorias e consultorias nas áreas técnica, científica, artística, cultural e esportiva com o objetivo de contribuir para a interdisciplinaridade e interprofissionalidade, conforme

previsto na Resolução 7, de 18 de dezembro de 2018, do Conselho Nacional de Educação e de acordo normas institucionais vigentes.

Área de Formação: Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

Conteúdo: Desenvolvimento de Campanha Publicitária, Produto de Comunicação ou Trabalho Monográfico.

Área de Formação: UX e UI

Conteúdo: *Design* de interfaces e usabilidade.

Área de Formação: Inteligência Artificial

Conteúdo: Internet das Coisas (IoT) e suas aplicações.

Área de Formação: Gestão de Negócios e Estratégia

Conteúdo: Planejamento estratégico.

Área de Formação: Ciências Ambientais e Ecologia

Conteúdo: Ciências da Natureza e suas Tecnologias.

Área de Formação: Fundamentação Humanística e Social

Conteúdo: Direitos humanos e identidade cultural.

3.4.3 Unidades curriculares

A organização do conteúdo se dá por meio das unidades curriculares (UCs), dispostas em dois ciclos por semestre. Essas unidades curriculares são ofertadas conforme a orientação do coordenador do Curso, ouvidos seu NDE e o Corpo Docente, de forma a apresentar aos discentes itinerários que contemplam UCs necessárias à especificidade do Curso e outras que possam ser do interesse do discente, complementando sua formação. Essas orientações possibilitam uma escolha de forma consciente e acompanhada. Os próprios discentes conseguem acompanhar seu itinerário por meio da plataforma, em tempo real e a qualquer hora.

As UCs são organizadas pelo conteúdo a ser oferecido dentro do quadro geral da formação, em ciclos, por semestres. Assim, os discentes deverão concluir seu itinerário

formativo, no período mínimo ou máximo propostos pelo Curso, e não mais enquadrados por turmas em relação ao período cursado. Podem, inclusive, cursarem UCs com discentes que estejam em diferentes fases de sua formação.

A matriz com as propostas das UCs para o período de 2023 a 2026 está no Apêndice A deste PPC.

3.5 Indicadores fixos

Estrutura Curricular		
Descrição	Horas	Observação
Conteúdo organizado em Unidades Curriculares	2.130	
Extensão curricularizada	270	
Atividades Complementares	300	
TOTAL GERAL	2700	

Quadro 2 – Indicadores fixos da estrutura curricular

3.6 Metodologia

Os princípios metodológicos que orientam a prática pedagógica do curso, são:

1 - Princípios pedagógicos integradores: a integração entre teoria e prática, entre conhecimento científico e a busca de soluções aos problemas do cotidiano, entre a observação, a reflexão crítica e a resolução de problemas, entre as diversas áreas do conhecimento e o conhecimento empírico do acadêmico.

2 - O uso de diversos recursos tecnológicos e de várias linguagens para a compreensão dos diversos temas, em sala de aula e fora dela, a aplicação da aprendizagem, o acompanhamento das atividades e a divulgação do conhecimento adquirido.

3 - Metodologias ativas de ensino e aprendizagem, com atividades planejadas, mobilizando as competências desejadas, intelectuais, emocionais, pessoais e comunicacionais. Sempre que possível, de forma inter, trans e multidisciplinar.

3.6.1 Flexibilidade curricular

Conforme o Parecer CNE/CES 67/2003, a flexibilidade permite:

a) criar diferentes formações e habilitações para cada área do conhecimento;

b) definir múltiplos perfis profissionais, garantindo uma maior diversidade de carreiras;

c) promover a integração do ensino de graduação com a pós-graduação, privilegiando, no perfil dos formandos, as competências intelectuais que reflitam a heterogeneidade das demandas sociais.

Compreende-se, a partir das diversas legislações e estudos sobre a flexibilidade curricular que o foco deve estar na aquisição e no desenvolvimento de um conjunto de competências ao longo do curso, por parte do discente. Isso poderá ser feito por meio de conteúdos curriculares articulados e apresentados de várias maneiras: formais, informais, teóricos, práticos ou tácitos. A qualificação do discente só será conseguida por meio de um Projeto Pedagógico dinâmico, caracterizado pela sua característica orgânica, flexível, interdisciplinar e transversal.

Diante desse desafio, os cursos da Unidade Fátima da Univás adotam a metodologia de flexibilização curricular para a organização dos conteúdos, integrando as diversas áreas do conhecimento, possibilitando aos discentes não só acompanhar seu desenvolvimento acadêmico como tomar decisões sobre sua formação, escolhendo parte de seu percurso formativo.

Ao organizar o conteúdo a ser trabalhado pelos cursos, sempre em diálogo com as DCNs respectivas, opta-se por unidades curriculares, que se apresentam como espaços de construção do conhecimento, que podem ser adaptados às diversas realidades, considerando a formação discente, a realidade local-regional, a formação e experiência docente. Dessa forma, o curso terá maior flexibilidade para organizar o conteúdo, inclusive com a transversalidade e a interdisciplinaridade tão caras à educação superior.

Nessa forma de organização, parte-se das áreas de conhecimento que, em muitos casos, são compartilhadas por diversos cursos, o que possibilita também o diálogo entre os futuros profissionais de áreas diferentes, mas em constante intercâmbio, como gestão de negócios, comunicação, sistemas de informação e educação.

Salienta-se também a possibilidade do aproveitamento de estudos e competências desenvolvidas no trabalho, conforme a regulamentação institucional.

3.6.2 Atividades acadêmicas

Entre as diversas técnicas a serem utilizadas na construção do conhecimento, destacam-se:

- a) uso de materiais e comunicações escritos, orais e audiovisuais, previamente selecionados ou elaborados;
- b) leituras programadas e outras dinâmicas de leitura;
- c) ensino com pesquisa;
- d) estudo dirigido;
- e) estudo de caso;
- f) estudo de meio;
- g) atividades em grupos: seminários, projetos, debates etc.;
- h) exposição oral dialogada;
- i) excursões, trabalhos de campo,
- j) pesquisas e trabalhos nos laboratórios,
- k) planejamento e execução de projetos, palestras, conferências, minicursos, dentre outros.
- l) projetos integradores e aprendizagem baseada em problemas;
- m) projetos e atividades de extensão;
- n) rodas de conversa, palestras e seminários com profissionais de diversas áreas;
- o) o desenvolvimento de tecnologias, nas diversas áreas do conhecimento;

3.6.3 Tecnologias de Informação e Comunicação aplicadas ao Ensino e à Aprendizagem

São ferramentas de modificação de modelos cognitivos: a *internet*, os Ambientes Virtuais de Aprendizagem – AVA, os *softwares* educacionais e outros dispositivos relacionados à sociedade da informação. Para isso, as salas de aula são equipadas com recursos multimídia.

Pontua-se, também, o uso de plataformas e programas que permitem:

- a) as atividades de registro do trabalho docente, como a elaboração do plano de ensino e o preenchimento do diário de classe;
- b) a consulta pelos acadêmicos sobre o seu desempenho em cada componente curricular;
- c) a elaboração, pelos acadêmicos, de sua matriz curricular, respeitando-se as regras de formação aprovadas pelo NDE do curso;
- d) o compartilhamento de subsídios didático-pedagógicos entre docentes e acadêmicos e entre esses e seus pares;

- e) a consulta do acervo físico da biblioteca, bem como a consulta e acesso ao acervo digital.

A Univás Virtual, unidade específica do ensino à distância, é responsável por organizar o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) e o Programa de Nivelamento Docente – Pronid.

3.7 Extensão

Entende-se a extensão como o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade. Trata-se de uma das dimensões da vida acadêmica, como uma forma de vivenciar o processo ensino-aprendizagem além dos limites da sala de aula, articulando-se às diversas organizações da sociedade, numa enriquecedora troca de conhecimentos e experiências que favorece a visão integrada do social.

As ações de extensão na Univás, desenvolvidas como processo educativo, visam, sobretudo, colaborar como parte indissociável na formação de profissionais éticos que possam contribuir na elevação das condições de vida da comunidade local e para o progresso e desenvolvimento regional. Essas ações se consubstanciam em forma de programas, projetos, cursos de extensão, eventos, prestação de serviço, produções e produtos acadêmicos.

No âmbito do Curso a curricularização é realizada por meio dos Projetos Integradores, unidade curricular que consiste em desenvolver atividades de extensão que promovam intervenções que envolvam diretamente as comunidades externas. Estas intervenções podem ser realizadas por meio de programas, projetos, cursos, eventos, prestação de serviços, assessorias e consultorias nas áreas técnicas da comunicação social relacionados ao perfil de formação do egresso. A curricularização no âmbito do Curso tem o objetivo de contribuir para a interdisciplinaridade e interprofissionalidade, conforme as diretrizes institucionais.

3.8 Pesquisa

Tendo como foco a produção do conhecimento, a Univás vem instituindo condições para que a pesquisa científica possa ganhar vigor e realizar-se com rigor e responsabilidade. Nesse sentido, são desenvolvidas ações tanto na graduação como na pós-graduação, em *lato* e *stricto sensu*. Com incentivos específicos em editais e outros instrumentos, pretende induzir o desenvolvimento de projetos de pesquisa que visem equacionar problemas que dizem respeito

à comunidade na qual está inserida, indo assim ao encontro de sua missão institucional, aumentando sua participação ativa na melhoria da qualidade de vida da população.

Para a graduação, destacam-se a Iniciação Científica e os trabalhos de conclusão de curso, além de outras atividades realizadas durante o curso, como atividades de ensino nas unidades curriculares.

3.8.1 Diretrizes para o Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda consiste no desenvolvimento no último semestre do curso, de trabalho acadêmico relacionado com essa habilitação específica, a ser desenvolvido conforme previsto na Diretriz Curricular Nacional, com carga horária total de 120 horas, o qual tem o objetivo de proporcionar aos discentes o amadurecimento intelectual, científico e profissional por meio da aplicação dos conhecimentos adquiridos nos períodos de formação acadêmica, traduzindo-os de forma teórico-prática na execução de um Trabalho de Conclusão de Curso.

O Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda é uma exigência obrigatória e indispensável e deve ser apresentado escrito e oralmente pelos alunos. O Trabalho de Conclusão de Curso versa, obrigatoriamente, sobre conteúdos relacionados as Unidades Curriculares do Curso e podem ser desenvolvidos nas modalidades de Trabalho Monográfico ou na forma de Trabalho Prático/Específico.

O Regulamento do TCC do curso encontra-se no Apêndice B deste PPC.

3.9 Atividades complementares

A Atividade Complementar de Graduação é uma modalidade específica de atuação acadêmica. Essas atividades contemplam as seguintes modalidades: atividades de ensino, atividades de pesquisa e atividades de extensão.

As Atividades de Ensino compreendem:

1. atividades de monitoria;
2. participação em cursos afins ao de graduação, em que o acadêmico se encontra matriculado;
3. cursos na área de informática, língua estrangeira e língua brasileira de sinais; e
4. estágios extracurriculares desenvolvidos com base em convênios firmados pela Univás.

As Atividades de Pesquisa compreendem:

1. livro publicado;
2. capítulo de livro publicado;
3. artigo publicado em periódico como autor;
4. artigo publicado em periódico como coautor;
5. artigo publicado em anais como autor;
6. artigo publicado em anais como coautor;
7. resumo em anais;
8. projetos de iniciação científica;
9. projetos de pesquisa institucional;
10. apresentação de trabalhos em eventos de forma oral, em painéis e congêneres; e
11. participação em grupos institucionais de estudos e pesquisas.

As Atividades de Extensão compreendem:

1. participação na organização de eventos;
2. participação como ministrante de conferências ou palestras;
3. participação como ouvinte em eventos tais como: conferências, palestras, congressos, simpósios, semanas científicas, oficinas, encontros, workshops e outros aprovados pela Coordenação de Curso;
4. apresentação de trabalhos em eventos de forma oral, em painéis e congêneres;
5. participação ou trabalho na organização de Empresa Júnior, Incubadora, Agência ou Escritório Experimental/Modelo, Veículos de Comunicação da IES do curso;
6. participação em campanhas comunitárias e trabalhos voluntários;
7. visitas técnicas e de campo acompanhadas pelo professor;
8. atividades extracurriculares desenvolvidas com base em convênios firmados pela Univás;
9. outras atividades propostas pelo acadêmico, em qualquer campo de conhecimento e previamente aprovadas pelo Coordenador do Curso; e
10. representação em órgãos da Univás (Consuni, Conselho Acadêmico, Colegiado de Curso e outras representações institucionais).

As Atividades Complementares e Atividades Acadêmico-Científico-Culturais dos cursos de graduação da Universidade do Vale do Sapucaí – Univás são indispensáveis à colação de grau. Elas são regidas por regulamento institucional (Anexo A).

Particularmente, o curso de Publicidade e Propaganda oferece projetos que propiciam a participação do aluno, convalidando horas de Atividades Complementares. São eles:

a) **Agência Experimental Carijó:** Laboratório do curso com funcionamento durante o dia e que conta com um coordenador para o desenvolvimento dos trabalhos. A cada semestre, privilegia até doze alunos com oito horas semanais. Desenvolve trabalhos de comunicação internos e externos para a Univás e para instituições filantrópicas da cidade e região. O regulamento da Agência Experimental está disponibilizado no Apêndice C deste PPC.

Copepp – Comissão de Projetos e Eventos em Publicidade e Propaganda: A comissão, formada por um professor responsável pela sugestão e execução dos eventos e atividades ligados à área – como palestras, oficinas, minicursos – e viagens técnicas. Recebe a participação voluntária de alunos, sem limite de participantes. O Regulamento da Copepp está disponível no Apêndice D deste Projeto.

3.10 Procedimentos de Avaliação do Processo de Ensino e Aprendizagem

Ao longo do Curso, o acadêmico será continuamente avaliado por meio de avaliações individuais e atividades em grupo, pesquisas e seminários. A avaliação tem como objetivo acompanhar o desenvolvimento da aprendizagem do acadêmico, de acordo com os objetivos previstos e possibilitar a reformulação do plano, caso necessário, para atender às especificidades de cada turma.

Devem ser considerados nesse processo:

- a) a frequência mínima de 75% nas atividades acadêmicas verificadas pelo docente;
- b) o aproveitamento em cada componente curricular em pontos inteiros de 0 a 100;
- c) os instrumentos avaliativos, previstos no plano de ensino dos componentes curriculares com determinação de valores e datas de aplicação;
- d) a aplicação de, no mínimo, dois instrumentos de avaliação escritos e individuais e nenhum deles pode concentrar mais de 50% do total de pontos;
- e) a apuração do aproveitamento acadêmico também pode se dar por meio de avaliação conceitual, se assim atender as necessidades específicas de determinados componentes curriculares;

- f) a apresentação dos instrumentos avaliativos aos acadêmicos e discussão em sala de aula, após a correção.

As avaliações podem ser concedidas em segunda chamada, desde que o acadêmico a requeira após a sua realização e seja homologada pelo coordenador de seu curso.

É considerado aprovado o acadêmico que, tendo cumprido a exigência de frequência mínima, tenha obtido no mínimo 60 (sessenta) pontos.

O acadêmico que não lograr a aprovação pode realizar, no prazo constante do calendário acadêmico, uma avaliação especial que abrange todo o conteúdo ministrado no componente curricular no semestre/ano. Esta avaliação corresponde a uma prova escrita com o valor de 100 (cem) pontos e peso 2 (dois). O total de pontos obtidos nas avaliações durante o semestre/ano será considerado e somado ao resultado da avaliação especial e dividido por 3 (três), devendo a média dos pontos ser, no mínimo, 60 (sessenta) para aprovação do acadêmico. A fórmula utilizada para se obter o resultado final é:

$$MF = \frac{\Sigma A + AE.2}{3}$$

Onde:

MF = Média Final

ΣA = Somatório das avaliações realizadas durante o semestre/ano
AE.2 = Avaliação Especial multiplicada por dois

3 = Total dos pesos - dividido por 3

Não são passíveis de avaliação especial os componentes curriculares de estágio supervisionado, trabalho de conclusão de curso, monografia e outras que acompanham o regime didático especial de acordo com o PPC.

No prazo máximo de 20 (vinte) dias a contar da data da aplicação, os resultados dos instrumentos avaliativos devem ser entregues à secretaria pelo respectivo professor e divulgados de imediato no *site* da Univás, na área do acadêmico.

A revisão de cada instrumento avaliativo pode ser requerida, no prazo máximo de 3 (três) dias, após sua publicação no *site* da Univás, na área do acadêmico. O resultado final do semestre/ano deve ser entregue à Secretaria até 5 (cinco) dias úteis antes do término do semestre/ano letivo. Caso ocorra discordância da revisão, no prazo de 3 (três) dias úteis

após a publicação do resultado, o acadêmico pode requerer, mediante justificativa, uma banca examinadora, a ser nomeada pelo coordenador do curso, composta por 3 (três) professores, da qual faz parte o professor do componente curricular, que se reúne e elabora um parecer em até 7 (sete) dias úteis. Da decisão da banca examinadora não cabe recurso.

Sobre a avaliação das disciplinas virtuais, considera-se alguns destes indicadores que são quantificados e auxiliam no monitoramento da participação do acadêmico:

- a) número de acessos dia/semana/mês no AVA;
- b) tempo de acessibilidade;
- c) intervalo de tempo entre a tarefa dada e a ação devolutiva;
- d) número de intervenções nos *chats* de discussão (síncronos) ou nos fóruns (assíncronos);
- e) número de solicitações de orientação ou apoio aos tutores;
- f) além, é claro, do teor do conteúdo produzido pelo aluno, avaliado com critérios qualitativos pelo professor mediador ou tutor, que permita a aprovação ou reformulação do mesmo para atender aos objetivos específicos de cada componente curricular.

3.11 Política institucional de acompanhamento do egresso

A Univás possui egressos atuando nas mais diversas esferas sociais e, por isso, entende que a relação com seus ex-alunos precisa ser estimulada constantemente, por meio de acompanhamento, bem como com o oferecimento de oportunidades de formação continuada. Este acompanhamento permite avaliar os resultados do desempenho da Univás no processo de formação e na transformação social.

A Univás entende que é imprescindível manter um adequado relacionamento com seus egressos, por meio de redes sociais e interatividade virtual, além da aplicação de questionários, com coleta de informações sobre satisfação com os serviços que lhe foram proporcionados, empregabilidade e desenvoltura frente às exigências do mercado de trabalho. Além disto, entende que é importante manter um sistema integrado de avaliação que abranja todas as dimensões de avaliação do Sinaes. Acima de tudo, considera o egresso como sujeito fundamental no processo de construção da Univás.

No contexto do Curso de Publicidade e Propaganda a relação com os egressos é mantida por meio da divulgação de oportunidades no mercado de trabalho, assim como o encaminhamento e/ou auxílio no processo de recolocação profissional. Além disso, é realizado de forma constante, a prática da participação dos egressos nos eventos do Curso,

como palestrantes ou ouvintes.

4 CORPO DOCENTE

O Corpo Docente do Curso é formado por professores que atuam nas unidades curriculares presenciais e em Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). O trabalho docente é acompanhado e avaliado, em primeira instância, pela coordenação do Curso. Junto à coordenação, os docentes recebem as orientações para o planejamento e execução de seu trabalho. A Univás Virtual é a responsável por organizar o trabalho dos docentes do AVA, bem como dos seus tutores.

De acordo com o Regimento Geral da Univás, o pessoal docente tem autonomia no exercício de sua função, respeitando as respectivas disposições estatutárias e regimentais da Universidade.

4.1 Coordenador(a) do curso

A Coordenadoria de Curso, composta por seu Coordenador e Vice-Coordenador, é o órgão executivo da administração básica da Univás. Coordenador e vice são indicados pelo Diretor da Unidade Acadêmica à qual o curso está subordinado e nomeados pelo Reitor e sua escolha deve recair em professor que tenha graduação na área do curso ou em área afim, titulação obtida em programas de pós-graduação *stricto sensu*, preferencialmente na área, e experiência de magistério superior de, no mínimo, 3 (três) anos.

Ao Coordenador de Curso compete, entre outras funções, a de responsabilizar-se pela elaboração, execução e aperfeiçoamento contínuo do Projeto Pedagógico do Curso; emitir parecer sobre as questões acadêmicas, observadas as normas aprovadas pelos colegiados superiores; emitir relatório de atividades do curso, encaminhando-o à Diretoria da Unidade Acadêmica; responder pelo reconhecimento do curso e por suas renovações periódicas e convocar e presidir reuniões do Colegiado de Curso.

Para melhor organização de seu trabalho, indica-se a produção de um Plano de Ação, que contemple atividades como reuniões dos colegiados; atendimento aos discentes e docentes do curso, incluindo a equipe multidisciplinar da Univás Virtual; produção, análise e publicidade de relatórios, documentos e legislações; atividades que promovam a integração e melhoria do corpo docente.

Para acompanhar e avaliar o desenvolvimento das ações de coordenação de curso, é realizada a Avaliação de Desempenho da Coordenação, pela Pró-Reitoria de Graduação

(Prograd), junto às diretorias das Unidades Acadêmicas, com indicadores que buscam contemplar a gestão do curso, a relação com docentes, discentes e equipe da Univas Virtual e a integração e melhoria do corpo docente. Essa avaliação é realizada anualmente, junto aos corpos discente e docente do curso, gerando um relatório quanti e qualitativo que retorna ao coordenador de curso, em vista do aprimoramento das ações de coordenação, em diálogo cooperativo e construtivo, com foco na qualidade das relações pedagógicas e acadêmicas.

A portaria de nomeação pode ser consultada no Anexo B deste Projeto.

4.2 NDE

O Núcleo Docente Estruturante - NDE é constituído:

- a) por um mínimo de 5 (cinco) professores pertencentes ao corpo docente do curso, em regime de trabalho de tempo parcial ou integral,
- b) pelo menos 20% em tempo integral e,
- c) 60%, no mínimo, com titulação acadêmica obtida em programa de graduação *stricto sensu*.

O NDE tem atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuante no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do PPC.

Os docentes do NDE são indicados pela coordenação do curso, aprovados pela Diretoria das Unidades Acadêmicas, homologados pela Pró-Reitoria de Graduação – Prograd – e nomeados pelo Reitor.

A portaria de nomeação pode ser consultada no Anexo C deste Projeto.

4.3 Colegiado de Curso

O Colegiado de curso é composto:

- I - pelo Coordenador de Curso, como Presidente;
- II - pelo Vice-Coordenador de Curso;
- III - por cinco docentes representantes do curso, escolhidos pelos seus pares;
- IV - por um representante discente regularmente matriculado no curso, indicado pelo órgão de representação discente, e, na falta deste, escolhido por seus pares, com mandato de 1 (um) ano, permitida uma recondução.

Ao Colegiado de Curso compete, entre outras funções, opinar, acompanhar e avaliar o currículo pleno do curso e deliberar sobre o aproveitamento de estudos, transferência,

dispensa de componentes curriculares e outras questões acadêmicas quando apresentadas pelo Coordenador de Curso.

4.4 Titulação

O Corpo Docente da Univás está hierarquizado em três classes funcionais, designadas como Professor Doutor, Professor Mestre e Professor Especialista, conforme abaixo especificado:

- I. Professor Doutor (PD), quando portador do título de doutor, com experiência profissional e/ou no magistério superior e de produções científicas, culturais, artísticas ou tecnológicas;
- II. Professor Mestre (PM), quando portador do título de mestre, com experiência profissional e/ou no magistério superior e de produções científicas, culturais, artísticas ou tecnológicas; e
- III. Professor Especialista (PE), quando portador do título de especialista, com experiência profissional e/ou no magistério superior e de produções científicas, culturais, artísticas ou tecnológicas.

Cada docente enquadra-se em apenas uma classe.

4.5 Regime de Trabalho

Os docentes da Univás são admitidos em um dos seguintes regimes de trabalho:

- I. docente em tempo integral: contratado com 40 horas semanais, sendo que destas, no mínimo 20 horas semanais são destinadas a estudos, pesquisa, trabalhos de extensão, orientações, planejamento, gestão e avaliação dos alunos, ou qualquer outra atividade inerente ao cumprimento do regime da Univás;
- II. docente em tempo parcial: com pelo menos 12 horas semanais, sendo, no mínimo 25% do tempo destinados a estudos, pesquisa, trabalhos de extensão, planejamento, gestão e avaliação de alunos, ou qualquer outra atividade inerente ao cumprimento do regimento da Univás; e
- III. docente horista: contratado exclusivamente para ministrar aulas, independentemente da carga horária contratada, ou que não se enquadre nos outros regimes de trabalho acima definidos.

4.6 Equipe Multidisciplinar do AVA

O Ambiente Virtual de Aprendizagem é coordenado pela Univás Virtual e a Equipe é formada por:

- a) Professores(as) Formadores(as): responsáveis pela concepção da proposta pedagógica, pelo conteúdo do projeto, pelo componente curricular. Supervisiona o componente curricular; elabora atividades e avaliações, intervém em todos os momentos do curso, garantindo a qualidade do processo de ensino e de aprendizagem.
- b) Coordenação Pedagógica: responsável pela integração entre aluno – professor – universidade e pela organização do ambiente educacional virtual. Participa, também, da elaboração do conteúdo. Contribui no controle de fluxo de gravação, edição e transmissão de conteúdos, de agendas, grades, provas e notas. Sua tarefa também é a de supervisionar o trabalho dos tutores.
- c) Supervisão Técnico-administrativa e Operador de Estúdio – Áudio e Vídeo: responsável pela organização da agenda do estúdio. Opera softwares de gravação de vídeo e áudio, na gravação e edição de aulas. Também opera interface com webcast. Supervisiona as atividades de estúdio e os lançamentos de aulas e material na plataforma nos diversos cursos. É sua tarefa ser a interface com setores administrativos e pedagógicos da Univás e Fuvs, controlar as agendas diárias; organizar arquivos e documentação; controlar e emitir correspondências e comunicados; elaborar relatórios e calendários.
- d) Operadores de Estúdio – Áudio e Vídeo e Designer Gráfico: tem como responsabilidade a organização da agenda do estúdio, a operação de softwares de gravação de vídeo e áudio, a gravação e edição de aulas. Também, atua na operação de interface com webcast e participa da supervisão de estúdio, do controle de lançamentos de aulas e material na plataforma nos diversos cursos. Tem a tarefa de criar modelos gráficos utilizados nas aulas.
- e) Operador de Ambiente Virtual de Aprendizagem e *Webcast*: Responsável pela operação da Plataforma Moodle e pelo suporte técnico à direção, aos docentes, aos tutores e aos discentes. Tem a tarefa de transmitir dados pela internet, através de áudio e vídeo.
- f) Tutores: são responsáveis pelas ações de interatividade e comunicação com os alunos através do AVA, presencial e a distância. Incentivam, orientam, acompanham e controlam. Responsáveis por manter o diálogo com os alunos, facilitando o processo

ensino-aprendizagem.

- g) Estagiário: aluno do Curso de Publicidade e Propaganda, atua com o objetivo de articular teoria e prática de forma sistemática, sob orientação e supervisão dos docentes e ou profissionais.

4.7 Planejamento didático-pedagógico

As Coordenadorias de Curso são responsáveis pelo planejamento, execução, avaliação e atualização dos projetos pedagógicos de seus respectivos cursos. O(a) Coordenador(a) de Curso é responsável pelas ações no âmbito do curso que garantem o bom andamento das atividades, tanto curriculares quanto extracurriculares. Por isso, o trabalho docente, na Univás, é acompanhado e avaliado, em primeira instância, pela coordenação do curso. Junto à coordenação, os docentes recebem as orientações para o planejamento e execução de seu trabalho.

De acordo com o Regimento Geral da Univás, o pessoal docente tem autonomia no exercício de sua função, respeitando as respectivas disposições estatutárias e regimentais da Universidade. Cabe a ele ministrar os componentes curriculares ou atividades e assegurar a execução da totalidade do programa aprovado pelo Colegiado de Curso, assim como elaborar, para cada período letivo, o plano de ensino de seu componente curricular e submetê-lo ao Colegiado de Curso para apreciação, dentro dos prazos previstos. Assim, o Colegiado de Curso também participa do acompanhamento e avaliação do planejamento e execução do trabalho docente.

Também cabe ao corpo docente cumprir e fazer cumprir as normas estabelecidas pelas Prós-Reitorias de Graduação, de Pesquisa e de Extensão, em relação ao ensino, à pesquisa e à extensão, bem como outras obrigações previstas no Regimento Geral ou oriundas de atos normativos dos órgãos competentes, ou estabelecidos pela Administração Superior. As Prós-Reitorias, os órgãos colegiados como o Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão e a Administração Superior participam do processo de acompanhamento e avaliação do planejamento e execução do trabalho docente.

O corpo discente também participa desse processo, diretamente junto ao docente, ou avaliando seu trabalho junto à coordenação de curso, bem como nos momentos de avaliação institucional, conduzida pela Comissão Própria de Avaliação, que retorna ao docente, em forma de relatório, as opiniões sobre seu trabalho, solicitando um plano de melhoria, quando necessário, por meio do formulário “5W2H”: 5W: *What* (o que será feito?); *Why* (por que será

feito?); *Where* (onde será feito?); *When* (quando?); *Who* (por quem será feito?); 2H: *How* (como será feito?); *How much* (quanto vai custar?). A Ouvidoria é outro canal para que os discentes possam apresentar suas críticas ao trabalho docente. Neste canal, a informação é sigilosa e anônima.

O sistema *on-line*, mantido pela Instituição, possibilita ao docente registrar o conteúdo ministrado, observado o plano de ensino do componente curricular, e controlar a frequência e o desenvolvimento acadêmico dos discentes. Por meio dessa ferramenta, a coordenação de curso e a secretaria do curso podem fazer o acompanhamento das atividades docentes. As reuniões do corpo docente, bem como do colegiado, são espaços para que este acompanhamento se realize, de forma participativa e integrada.

4.8 Política de Formação

Ações com vistas a um Programa Institucional de Capacitação Docente, preveem formas incentivo ao aperfeiçoamento do corpo docente da Univás, incluindo os professores para a disciplina Língua Brasileira de Sinais – Libras.

A capacitação docente é estimulada pela UNIVÁS e regulada pelas normas do Programa Institucional de Capacitação Docente – PRODOC. O objetivo específico do PRODOC é de subsidiar a capacitação dos professores da UNIVÁS, visando ao aperfeiçoamento contínuo do corpo docente e ao desenvolvimento Institucional. A sua execução é coordenada e supervisionada pela Pró-Reitoria de Graduação e, nos casos previstos, pela Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa.

Cabe à UNIVÁS estabelecer em sua dotação orçamentária, aprovada pelo CONSUNI e pela Mantenedora, cota anual dos benefícios previstos para atender ao PRODOC. As candidaturas aos benefícios são feitas diretamente pelo docente à Diretoria de Unidade Acadêmica até 15 de setembro do ano anterior ao pleito e encaminhadas à Pró-Reitoria de Graduação ou Pós-Graduação.

O PRODOC é constituído das seguintes categorias de projetos:

- I - projeto Categoria A – apoio para participação em cursos, seminários, congressos, estágios, treinamentos ou atividades compatíveis com as funções de docentes de relevância para a área de atuação na UNIVÁS; e
- II - projeto Categoria B – apoio para a realização de pós-graduação *stricto sensu* em cursos/programas recomendados pela CAPES e atividades de pós-doutorado.

O apoio para os projetos da Categoria B é feito em conformidade com a Convenção Coletiva de Trabalho.

5 INFRAESTRUTURA

5.1 Sala da coordenação de curso

A sala de trabalho e atendimento da Coordenação do Curso é um espaço reservado destinado às atividades do coordenador do curso de Publicidade e Propaganda, tais como o atendimento a alunos e professores, assim como o desenvolvimento dos trabalhos administrativos e pedagógicos do curso e funciona de forma anexa a sala dos professores.

O espaço conta com mesa de trabalho, cadeiras, armário e demais itens e demais itens necessários para o desenvolvimento dos trabalhos do coordenador, como papelaria, materiais de escritório, arquivos e rede sem fio de conexão à internet.

5.2 Sala coletiva de professores

Além de uma sala de uso comum para todos os docentes da Universidade, o curso possui sala exclusiva destinada aos docentes do curso de Publicidade e Propaganda com 18 m². A sala possui uma mesa com cadeiras. A sala apresenta boas condições de conservação e limpeza, condições de acústica, ventilação, iluminação, acessibilidade e comodidade. Vale dizer também que a sala dos professores do curso de Publicidade e Propaganda é anexa à sala da coordenação, o que agiliza diversos procedimentos no dia a dia do curso.

5.3 Salas de aula utilizadas pelo curso

O curso de Publicidade e Propaganda conta com quatro salas de aula (306,40 m²) devidamente equipadas com carteiras em quantidade adequada e sistema multimídia. Uma sala é denominada “Sala Criativa”, espaço exclusivo do curso e compartilhado entre as turmas no qual são realizadas atividades de práticas com dinâmicas, além de servir como ambiente para minicursos e *workshops*. O curso também utiliza de forma compartilhada o espaço *Coworking* e dois salões de Eventos, locais onde acontecem apresentações de trabalhos, palestras, cursos e aulas.

5.4 Laboratórios e outros espaços pedagógicos utilizados pelo curso

O Curso de Publicidade e Propaganda conta com laboratórios de informática utilizados para aulas em que se faz necessário o uso de softwares de apoio à formação básica do aluno. Ao todo existem seis laboratórios de informática dos quais, dois são utilizados pelos acadêmicos do curso. Os laboratórios atendem de forma adequada no que se refere à quantidade de equipamentos e condições de suas instalações, bem como possuem apoio técnico. Periodicamente, a Comissão Própria de Autoavaliação Institucional (CPA) avalia as condições das instalações, equipamentos e programas utilizados, com o intuito de identificar e implantar melhorias nos serviços prestados.

O Curso de Publicidade e Propaganda conta com laboratórios especializados, os quais atendem de forma adequada no que se refere à quantidade de equipamentos e condições de suas instalações.

Agência de Publicidade e Propaganda Experimental Carijó: Espaço destinado ao desenvolvimento de trabalhos de comunicação internos e externos para a Univás e para as instituições mantidas pela Fuvs. O espaço é utilizado também pelos Projetos de Extensão do Curso e *Workshops*. O espaço é utilizado ainda por diversas unidades curriculares.

Laboratório Estúdio de TV e Fotos Digitais: existe para propiciar o desenvolvimento das atividades práticas referentes à produção publicitária para TV e fotografia e outras atividades como projetos de extensão nas respectivas áreas. O espaço atende as unidades curriculares das respectivas áreas do eixo de formação específica do curso.

Laboratório de Rádio: Funciona de forma compartilhada na Rádio Educativa Univás FM e existe para possibilitar o desenvolvimento das atividades práticas referentes à produção publicitária para rádio.

Laboratório de Informática: de uso compartilhado, o Laboratório de Informática permite o desenvolvimento das atividades práticas de diversas unidades curriculares

5.5 Biblioteca

A Biblioteca Unidade Fátima é denominada Biblioteca “Eugênio Pacelli” e foi criada juntamente com os cursos de licenciatura em Ciências Biológicas, História, Letras e Pedagogia, da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras "Eugênio Pacelli", autorizado pelo decreto nº 70.594, em 23 de maio de 1972. A Biblioteca está instalada em uma área de 378,00m², distribuída da seguinte forma: acervo de livros, periódicos, referência, salas de

estudos, processamento técnico, atendimento e administração. A Biblioteca adota o sistema de Acervo aberto.

Os serviços oferecidos pela Biblioteca da Unidade Fátima são: empréstimo de material disponível; orientação bibliográfica; pesquisa bibliográfica em diversas fontes; comutação bibliográfica nacional e internacional (Ibict/Bireme), mediante taxas preestabelecidas; orientação para normalização e editoração técnica e catalogação de publicações; divulgação de novas aquisições; uso da internet voltada à pesquisa; acesso ao Portal de Periódicos CAPES; acesso a “Minha Biblioteca” - plataforma de livros digitais (*e-books*).

6 AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

A autoavaliação institucional, de caráter formativo, tem por objetivo a busca permanente da melhoria da qualidade acadêmica, científica e cultural da Univás, a fim de contribuir para ampliar e diversificar sua inserção nos âmbitos regional, nacional e internacional, bem como para atingir critérios elevados de desempenho.

As dimensões consideradas no processo de avaliação institucional são as estabelecidas pelo art. 3º, da Lei nº 10.861/2004 e são analisadas no processo de autoavaliação da Univás, por meio de uma metodologia participativa, envolvendo a comunidade acadêmica, de forma aberta e cooperativa. Para isso, são utilizados diversos instrumentos e métodos.

A divulgação dos relatórios de autoavaliação institucional também é realizada no portal eletrônico da Univás e em versões digital e impressa, tombadas nas bibliotecas, além de encaminhadas às diversas unidades setoriais.

Além disso, a divulgação dos resultados pode ocorrer por meio de fóruns, reuniões, de documentos informativos impressos e eletrônicos e outros, servindo para tornar públicas as oportunidades para ações transformadoras vindas do processo avaliativo.

6.1 CPA

A Comissão Própria de Avaliação - CPA é órgão complementar da Reitoria, com atuação autônoma em relação aos Conselhos Superiores e demais Órgãos Colegiados da Univás, composta por representantes de todos os segmentos da comunidade acadêmica e da sociedade civil organizada, conforme diretrizes estabelecidas pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior - SINAES.

UNIVÁS
UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ

APÊNDICES
APÊNDICE A – Matriz Curricular

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
INGRESSANTES 2023 - TURNOS: NOTURNO

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH	
		T	P	AVA	EXT	APS		
1º Período – 2023/1	Eletiva Eixo Ético-Humanístico – AVA			32			32	
	Eletiva Eixo Ético-Humanístico – AVA			32			32	
	Introdução à Publicidade e Propaganda	16	16			10	42	
	Fundamentos da Fotografia	32					32	
	Semiótica	32					32	
	Atendimento Publicitário	20	12				32	
	Fundamentos do Marketing	20	12				32	
	Produção de Eventos	16	16				32	
	Introdução aos Estudos da Linguagem	32					32	
	Processo Criativo Estratégico	16	16				32	
	Subtotal							330

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH	
		T	P	AVA	EXT	APS		
2º Período – 2023/2	Eletiva Eixo Ético-Humanístico – AVA			32			32	
	Eletiva Eixo Ético-Humanístico – AVA			32			32	
	Design e Computação Gráfica I	16	16				32	
	Teorias da Comunicação I	32					32	
	Vida e Carreira	16	16				48	
	Marketing Promocional	16	16				32	
	Projeto Integrador I - Extensão				32	58	90	
	Teorias da Comunicação II	32					32	
	Comunicação Empresarial	20	12				32	
	Fotografia Publicitária	16	16				32	
	Subtotal							394

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH
		T	P	AVA	EXT	APS	
3º Período – 2024/1	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32			32
	Eletiva			32			32

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH
		T	P	AVA	EXT	APS	
4º Período – 2024/2	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32			32
	Eletiva			32			32

Eixo Ético-Humanístico - AVA							
Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32				32
Mídia: Fundamentos e Conceitos	32						32
Redação publicitária: fundamentos, conceitos e práticas	16	16					32
Audiovisual: roteirização e pré-produção	16	16					32
Direito do consumidor e legislação publicitária	32						32
Marketing digital	16	16					32
Marketing de Conteúdo e <i>Storytelling</i>	16	16					32
Audiovisual: produção e pós-produção	12	20					32
Subtotal							320

Eixo Ético-Humanístico - AVA							
Eletiva Eixo Específico - AVA			32				32
Eletiva Eixo Comunicação - AVA			32				32
Design e Computação Gráfica II	16	16					32
Design de interfaces e usabilidade	16	16					32
Introdução à análise de dados de comunicação	20	12					32
Projeto Integrador II (Extensão)					32	58	90
Internet das Coisas (IoT) e suas aplicações	32						32
Utilização de dados de comunicação para tomadas de decisão	16	16					32
Subtotal							378

Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH
		T	P	AVA	EXT	APS	
5º Período – 2025/1	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32			32
	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32			32
	Conectividade, Interação e Crossmídia	32					32
	Planejamento de Mídia	16	16				32

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH
		T	P	AVA	EXT	APS	
6º Período – 2025/2	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32			32
	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			32			32
	Produção Gráfica	16	16				32
	Planejamento de Marketing, comunicação e campanha	16	16				32

Produção Sonora Publicitária	16	16				32
Oratória e Defesa de Ideias	16	16				32
Construção e Perspectivas da Sociedade e da Cultura de Massa	32					32
Comportamento do Consumidor	32					32
Gestão e Modelos de Negócios Publicitários	32					32
Técnicas e Práticas de Apresentação de Projetos	16	16				32
Subtotal						320

Pesquisas de Mercado	32					32
Sujeito e o discurso: o lugar de fala	32					32
Projeto Integrador III - Extensão				32	58	90
Gestão de marcas (Branding)	20	12				32
Pesquisa de Consumidor	32					32
Análise do Discurso e Prática Linguística	32					32
Subtotal						378

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH
		T	P	AVA	EXT	APS	
7º Período – 2026/1	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			323			32
	Eletiva Eixo Ético-Humanístico - AVA			2			32
	Gestão de Projetos de Comunicação	20	12				32
	História da arte	20	12				32
	Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso		32				32
	Libras (opcional)	32					32
	Subtotal						162

	Componentes Curriculares	Presencial		SP			CH
		T	P	AVA	EXT	APS	
8º Período – 2026/2	Trabalho de Conclusão de Curso TCC Equipe (O aluno escolha apenas uma modalidade)		32			88	120
	Trabalho de Conclusão de Curso TCC Monografia (O aluno escolha apenas uma modalidade)		16			104	120
	Subtotal						120

APÊNDICE B - REGULAMENTO DOS TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

CAPÍTULO I DA CONSTITUIÇÃO

Art. 1º Denomina-se Trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade do Vale do Sapucaí – Univás, o desenvolvimento, no último semestre do curso, de trabalho acadêmico relacionado com essa habilitação específica, a ser desenvolvido conforme previsto na Diretriz Curricular Nacional.

Art. 2º O Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda é uma exigência obrigatória e indispensável e deve ser apresentado escrito e oralmente pelos alunos, em composições organizadas de acordo com as modalidades previstas.

Art. 3º O Trabalho de Conclusão de Curso versa, obrigatoriamente, sobre conteúdos relacionados as Unidades Curriculares do Curso e podem ser desenvolvidos nas modalidades:

I - Trabalho Monográfico: a partir de pesquisas bibliográficas e ou de campo, sobre temas específicos de Publicidade Propaganda ou estudos do campo da área da comunicação, elaborados individualmente; e

II - Trabalho Prático/Específico: Produtos pilotos de comunicação para pessoas, causas, produtos, serviços ou corporações que sejam juridicamente estabelecidos, podendo ter caráter privado, de economia mista ou pública, com ou sem fins lucrativos; campanhas de caráter institucional, promocional; ações de comunicação para marcas, produtos, serviços e corporações, elaborados em grupo.

CAPÍTULO II DOS OBJETIVOS

Art. 4º Objetivo geral é proporcionar aos discentes o amadurecimento intelectual, científico e profissional por meio da aplicação dos conhecimentos adquiridos nos períodos de formação acadêmica, traduzindo-os de forma teórico-prática na execução de um Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 5º Os objetivos específicos, são:

I - Contribuir para o desenvolvimento intelectual e científico, por meio do aprofundamento teórico bibliográfico especializado;

II - Possibilitar o contato com o mercado local e regional da propaganda, para promover o desenvolvimento pessoal e profissional, por meio do amadurecimento intelectual

e do pensamento crítico diante de demandas reais com base na reflexão teórica e/ou do exercício prático das atividades publicitárias de forma interdisciplinar;

III - Aprimorar as habilidades essenciais para o exercício das atividades profissionais, como criatividade, visão de gestão e estratégia, atitude empreendedora, adaptação e domínio técnico das diversas linguagens, criticidade, humanidade e lógica.

CAPÍTULO III DA COMPOSIÇÃO

Art. 6º Para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, os alunos da Unidade Curricular Introdução ao Projeto Experimental poderão se organizar da seguinte forma:

§ 1º Trabalho Monográfico deve ser elaborado individualmente.

§ 2º Trabalho Prático/Específico (Campanha Publicitária) deve ser elaborado em equipes, na forma de “Agências Experimentais” contendo de quatro a seis alunos, impreterivelmente.

§ 3º Trabalho Prático/Específico (Produto em Comunicação) deve ser elaborado em duplas ou trios, impreterivelmente.

Art. 7º A responsabilidade direta para a formação das equipes dos alunos e pelo auxílio do processo de escolha dos temas e das empresas clientes compete ao docente da Unidade Curricular de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso.

CAPÍTULO IV DA ESCOLHA DO TEMA OU CLIENTE

Art. 8º. Os alunos são orientados, pelo docente da Unidade Curricular de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso, a desenvolver as seguintes etapas:

I - Formação e protocolamento da equipe de trabalho;

II - Escolha do tema ou empresa cliente;

III - Indicação do Professor Orientador.

Art. 9º Cada aluno (para Trabalho Monográfico) ou equipe (para Trabalho Prático/Específico) deve entregar, nos prazos previstos, ao professor da Unidade Curricular de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso, a Ficha de Protocolo:

I - Para Trabalho Monográfico, contendo o tema;

II - Trabalho Prático/Específico, contendo nome do cliente ou tema e dos integrantes da equipe, conforme modelos adotados na instituição ou apresentados pelo respectivo docente.

Art. 10. Os alunos devem escolher o Tema ou Cliente, conforme:

§ 1º Trabalho Monográfico: O tema a ser escolhido pelo aluno deve contemplar conteúdos específicos de Publicidade e Propaganda ou estudos do campo da comunicação mercadológica a ser desenvolvido por meio da pesquisa acadêmico-científica.

§ 2º Trabalho Prático/Específico - Campanha Publicitária: O cliente a ser selecionado pela equipe deve ser uma empresa ou instituição real, juridicamente estabelecida, podendo ter caráter privado, de economia mista ou pública, com ou sem fins lucrativos.

§ 3º Produto em Comunicação: A escolha do tema para o desenvolvimento do produto de comunicação deve considerar as áreas de abrangência do curso, assim como a disponibilidade de informações teóricas e/ou mercadológicas necessárias para o seu desenvolvimento. O tema a ser escolhido pela equipe deve ser direcionado a uma empresa ou instituição real, juridicamente estabelecida podendo ter caráter privado, de economia mista ou pública, com ou sem fins lucrativos.

§ 4º É exigida a entrega do projeto, de cada tipo de trabalho, para o docente da Unidade Curricular de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso, para análise de viabilidade de participação na modalidade escolhida.

§ 5º Recomenda-se evitar a escolha de temas ou empresas que não ofereçam condições de acesso às informações necessárias para a realização de um trabalho de qualidade ou que não possuam a devida organização formal, para os trabalhos Práticos/Específicos.

Art. 11. Estabelecidos o tema ou cliente e a composição da equipe, qualquer alteração só será possível mediante a aprovação do Colegiado do Curso que, reunido, administrará cada caso individualmente.

Art. 12. O Curso de Publicidade e Propaganda, visando estimular a melhor realização dos trabalhos, oferece todo o apoio necessário aos alunos e disponibiliza, quando necessário, uma Carta de Apresentação de cada equipe à sua empresa cliente, solicitando a sua colaboração e expondo os objetivos do trabalho, sua forma de condução, sob a orientação direta da Universidade e de seus professores.

Art. 13. A não execução do projeto ou sua reprovação por não atender aos critérios estabelecidos, no término das atividades da Unidade Curricular de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso, implica na impossibilidade de desenvolvimento do TCC.

CAPÍTULO V DA DEFINIÇÃO DO PROFESSOR ORIENTADOR

Art. 14. A definição do Professor Orientador será realizada priorizando as indicações dos alunos, considerando a análise e aprovação do Colegiado, desde que o indicado possua formação e/ou especialização em Comunicação, Marketing ou áreas afins. Esse processo será realizado durante as atividades da Unidade Curricular de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso.

Parágrafo único. A definição dos docentes orientadores será realizada em reunião de colegiado.

Art. 15. Além da equipe de professores orientadores, diretamente responsável pelo desenvolvimento, os demais professores do Curso de Publicidade e Propaganda podem prestar sua colaboração como coorientadores, acompanhando os alunos e dirimindo suas dúvidas em relação aos temas específicos de suas respectivas áreas de atuação, contribuindo, de forma solidária, para a melhoria constante dos trabalhos acadêmicos do curso.

CAPÍTULO VI DA CARGA HORÁRIA

Seção I Do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

Art. 16. O Trabalho de Conclusão de Curso deve compreender uma carga horária total de 120 horas para as atividades discentes.

Seção II

Da quantidade de horas de orientação e número máximo de alunos por docente orientador

Art. 17. Trabalho Monográfico compreende:

- I - 16 horas de orientação com o Professor Orientador;
- II - 104 horas de Atividades Práticas Supervisionadas – APS destinadas ao desenvolvimento do trabalho.

Art. 18. Trabalho Prático/Específico compreende:

- I - 32 horas de orientação com o Professor Orientador;

II - 78 horas de Atividades Práticas Supervisionadas – APS destinadas ao desenvolvimento do trabalho.

Parágrafo único. O Professor Orientador pode assumir o limite de 64 horas para as orientações de trabalhos monográficos e/ou trabalhos práticos/específicos.

CAPÍTULO VI DA METODOLOGIA

Art. 19. Para a realização do Trabalho Monográfico, buscar-se-á desenvolvê-lo por meio de pesquisa bibliográfica e ou de campo, respeitando os parâmetros básicos que caracterizam um trabalho monográfico, com base em conteúdos específicos de Publicidade e Propaganda ou estudos do campo da área da comunicação, contendo, em sua parte escrita, os elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais.

§ 1º Entende-se como elementos pré-textuais: capa, folha de rosto, errata (opcional), folha de aprovação (obrigatório), dedicatória (opcional), agradecimentos (opcional), epígrafe (opcional), resumo na língua vernácula (obrigatório), resumo em língua estrangeira (obrigatório), lista de ilustrações (opcional), lista de tabelas (opcional), lista de abreviaturas e siglas (opcional), lista de símbolos (opcional), sumário (obrigatório).

§ 2º Entende-se por elementos textuais: introdução - que apresenta o tema, o problema, os objetivos do trabalho e as razões de sua elaboração; desenvolvimento - que detalha a pesquisa ou estudo realizado; conclusão ou considerações finais.

§ 3º Entende-se como elementos pós-textuais: referências (obrigatório), glossário (opcional), apêndice (opcional), anexo (opcional), índice (opcional).

§ 4º O aluno deverá escolher um objeto específico da comunicação, utilizar uma bibliografia de referência (não é permitido referenciar-se somente em blogs e sites), realizar a pesquisa e finalizar o projeto com uma análise dos resultados aplicada ao objeto de estudo. O trabalho que apresentar somente blogs e sites como referência teórica será considerado insuficiente.

Art. 20. Como Trabalho Prático/Específico, buscar-se-á desenvolvê-lo respeitando os parâmetros básicos que caracterizam um trabalho prático/específico, tais como produtos pilotos de comunicação para pessoas, causas, produtos, serviços ou corporações; campanhas de caráter institucional ou promocional; ações de comunicação para marcas, produtos, serviços e corporações, elaborados em grupo. Para seu desenvolvimento, deve-se apresentar

todos os tópicos que compõem os respectivos roteiros, contendo os elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais.

§ 1º Para a Estrutura do Trabalho Prático/Específico de Campanha Publicitária e de Produto em Comunicação, deve-se elaborar os elementos pré-textuais e pós-textuais conforme os § 1º e 3º, do Art. 19.

§ 2º Os elementos textuais da Campanha Publicitária constam da Introdução, onde deverá constar a apresentação da agência e integrantes; a defesa do *namings*; a defesa do logo; a defesa da identidade visual da agência; do desenvolvimento, contendo o briefing, a pesquisa de mercado, o diagnóstico de Comunicação, os objetivos de Mercado, o planejamento de Comunicação, o Plano de Trabalho Criativo, o Planejamento de Campanha, as peças da Campanha, o Planejamento de Mídia e a Metodologia de Avaliação; e das considerações finais.

§ 3º Os elementos textuais do trabalho que apresenta um Produto em Comunicação constam de Introdução, com a apresentação da agência e integrantes; defesa do *namings*; defesa do logo e defesa da identidade visual da agência; do desenvolvimento, com o briefing, Pesquisa de mercado, diagnóstico, Planejamento (Objetivo/metas - estratégias / táticas), Produto (executado), Custos e orçamentos e Metodologia de avaliação; e das Considerações finais.

§ 4º Para a realização dos dois tipos de Trabalho Prático/Específico, a equipe deverá utilizar uma bibliografia de referência (não é permitido referenciar-se somente em blogs e sites). O trabalho que apresentar somente blogs e sites como referência teórica será considerado insuficiente.

§ 5º Rejeitam-se, para aprovação do **Trabalho Prático/Específico**, propostas puramente teóricas, inadequadas ao cliente e inviáveis no campo prático.

CAPÍTULO VII DO CRONOGRAMA

Art. 21. A execução de todas as tarefas relacionadas ao Trabalho de Conclusão de Curso obedece aos cronogramas das Unidades Curriculares de Introdução ao Trabalho de Conclusão de Curso e Trabalho de Conclusão de Curso, respectivamente.

§ 1º O não cumprimento do cronograma estabelecido interfere na avaliação da aplicação e do rendimento, podendo implicar na reprovação, quando o cumprimento das atividades for seriamente prejudicado, conforme determina este regulamento.

§ 2º Aproximadamente um mês antes da data prevista para a apresentação final dos projetos, no oitavo período do curso, as equipes devem ser submetidas à banca de qualificação, composta pelo professor orientador e mais dois professores do curso que deve analisar e recomendar ações aos projetos antes da sua finalização.

§ 3º O Curso de Publicidade e Propaganda entende que a banca de qualificação tem caráter orientador e força avaliativa, assim, caso algum dos trabalhos apresentados for julgado inapropriado ou insuficiente pelos componentes da banca, este será impedido de ser defendido.

CAPÍTULO VIII DA APRESENTAÇÃO

Art. 22. Os alunos, para efeito de avaliação, são obrigados a fazer a apresentação escrita e oral do trabalho, elaborado segundo a normatização prevista pela metodologia de trabalhos científicos, estabelecida conforme as normas institucionais.

§ 1º O conteúdo escrito do trabalho deve trazer todos os seus elementos constitutivos, incluindo Introdução, Desenvolvimento e Conclusão, e demais elementos complementares iniciais ou finais.

§ 2º É obrigatório o envio de exemplar conforme as normas da instituição em arquivo formato PDF, destinado à Biblioteca da Univás e ao arquivo do curso. O prazo da entrega será definido pela Coordenação do Curso e informado durante o oitavo período.

§ 3º Para efeito de verificação dos docentes avaliadores, os trabalhos escritos devem ser entregues nas datas previstas no cronograma.

§ 4º A não entrega do trabalho escrito na data prevista para banca acarreta a perda de pontos na média final do trabalho, sendo 5 (cinco) pontos em decorrência da infração a este regulamento, mais 1 (um) ponto para cada dia de atraso. A contagem do prazo estabelecido neste parágrafo considera apenas os dias úteis, devendo a entrega ser feita de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h e das 18h às 22h, na secretaria da Unidade Fátima da Univás.

§ 5º Não são aceitos, em hipótese alguma, trabalhos entregues com mais de 8 (oito) dias corridos da data final prevista, o que acarreta a reprovação automática de todos os membros da equipe, ficando também impossibilitados de proceder à apresentação oral.

§ 6º Deve-se garantir um exemplar do projeto em formato Word para cada membro da Banca Examinadora no dia da Apresentação Oral.

§ 7º Recomenda-se a cada aluno conservar um exemplar ou arquivo de seu Projeto Experimental como elemento importante de seu portfólio profissional.

Art. 23. A apresentação oral do Trabalho de Conclusão de Curso é um fato acadêmico, em audiência pública, no qual os alunos fazem a exposição de seu trabalho, utilizando recursos didáticos e audiovisuais, perante uma Banca Examinadora.

§ 1º A ordem de apresentação oral do projeto é feita pelo Coordenador do curso, a partir dos horários de trabalho do corpo docente.

§ 2º A apresentação oral do Trabalho de Conclusão de Curso é feita pela equipe, acompanhada de recursos audiovisuais, informatizados ou não, em tempo máximo de 20 minutos.

§ 3º Todos os recursos de apoio à exposição oral deverão ser de qualidade e submetidos com antecedência à aprovação dos orientadores.

§ 4º Recomenda-se aos alunos que valorizem a apresentação oral de seus projetos, utilizando recursos audiovisuais, *displays*, estandes com material e produtos do cliente e outros recursos informatizados, cuidando com antecedência das condições para tais apresentações.

Art. 24. Cada aluno ou equipe é responsável pelo convite à empresa cliente e demais convidados para a Apresentação Oral do projeto.

Art. 25. A presença dos alunos do oitavo período do curso de Publicidade e Propaganda da Univás é obrigatória em todas as apresentações orais de Projetos Experimentais.

Parágrafo único: a apresentação oral do Trabalho de Conclusão de Curso deve ser feita ao vivo, exclusivamente pelos alunos envolvidos, não sendo permitida a gravação prévia para exibição no dia da apresentação.

CAPÍTULO IX DA ATENÇÃO AO CLIENTE

Art. 26. O Curso de Publicidade e Propaganda concede ao cliente do Trabalho de Conclusão de Curso atenção especial, informando-lhe sobre a realização do trabalho e reconhecendo sua colaboração com os alunos e a instituição.

Art. 27. Para valorizar a participação da empresa cliente, é concedido um Certificado de Participação na Formação Universitária, cuja entrega é feita oficialmente ao final de cada apresentação oral, com a presença do cliente ou de seu representante.

CAPÍTULO X DA BANCA EXAMINADORA

Art. 28. A banca examinadora para cada Trabalho de Conclusão de Curso é constituída pelo Orientador e por dois professores do curso, indicados em reunião do Colegiado de Curso, por meio de lista encaminhada pelos alunos.

§ 1º A avaliação da Banca Examinadora segue os critérios estabelecidos no Capítulo XI deste Regulamento, conforme as indicações da planilha de avaliação e registro de notas que é distribuída no início de cada apresentação.

§ 2º Os registros das bancas são feitos através de atas contendo a lista de presença e o sumário dos resultados.

CAPÍTULO XI DOS CRITÉRIOS DA AVALIAÇÃO FINAL

Art. 29. A qualidade do Trabalho de Conclusão de Curso deve refletir o empenho da Universidade e dos professores na formação de seus alunos, por isso, entende-se por avaliação de trabalhos o acompanhamento e avaliação sistematizada de todo o trabalho dos alunos, até sua apresentação final, escrita e oral.

Art. 30. A avaliação final do trabalho é calculada de acordo com desempenho nos seguintes critérios:

§ 1º Para o Trabalho Monográfico: atendimento às normas de padronização dos elementos pré-textuais e pós-textuais, um total de 20 pontos, sendo 10 pontos para cada conjunto de elementos; o conteúdo exposto nos elementos textuais, será avaliado num total 70 pontos, sendo, introdução, até 10 pontos; desenvolvimento, até 50 pontos, e considerações finais, até 10 pontos; a Metodologia de escrita, considerando a apresentação escrita segundo normas vigentes, terá o valor de até 5 pontos; a apresentação oral, considerando o desempenho geral de apresentação, até 5 pontos.

§ 2º Para o Trabalho Prático/Específico de Campanha Publicitária, o Briefing, Pesquisa e Diagnóstico serão avaliados no total de 20 pontos, sendo para o briefing, até 7 pontos; para a pesquisa, até 7 pontos; para o diagnóstico, até 6 pontos); o Planejamento será avaliado no total de 20 pontos, sendo, as Estratégias de mercado, até 8 pontos; as Estratégias de comunicação, até 8 pontos; as Estratégias de promoção, até 4 pontos; a Criação e produção serão avaliados num total de 20 pontos, sendo, a linha de criação, até 8 pontos; a adequação ao público, até 8 pontos; a adequação aos meios, até 4 pontos; o componente Mídia será avaliado no total de 20 pontos, sendo, a Pesquisa de Mídia, até 8 pontos e o Planejamento de Mídia, até 12 pontos; a Apresentação de custos e orçamentos terá o valor de até 5 pontos; a Metodologia de avaliação dos resultados, até 5 pontos; a Metodologia de escrita, considerando a apresentação escrita segundo normas vigentes, até 5 pontos; e a Apresentação oral, com desempenho geral de apresentação, até 5 pontos.

§ 2º Na avaliação do Trabalho Prático/ Específico de Produto em Comunicação, o valor dos pontos será dividido, tendo a Introdução o valor total de 10 pontos, considerando a apresentação da agência e integrantes até 2,5 pontos; a defesa do *namings* até 2,5 pontos; a defesa do logo, até 2,5 pontos; a defesa da identidade visual da agência, até 2,5 pontos; o Desenvolvimento será avaliado no total de 70 pontos, sendo o briefing até 10 pontos; a Pesquisa até 10 pontos; o Diagnóstico até 10 pontos; o Planejamento até 10 pontos; o Produto executado até 10 pontos, os custos e orçamentos até 10 pontos e a Metodologia de avaliação até 10 pontos; as Considerações finais serão avaliadas até 10 pontos; a Metodologia de escrita, com a apresentação escrita segundo normas vigentes, até 5 pontos e a Apresentação oral, ou seja, o desempenho geral de apresentação, até 5 pontos.

CAPÍTULO XIV DA MÉDIA FINAL SEMESTRAL

Art. 31. A média final dos alunos do oitavo período de Publicidade e Propaganda é resultado da nota obtida no Trabalho de Conclusão de Curso, a qual é dada pelos três professores da banca examinadora, e da nota individual, a qual é dada pelo professor orientador, a partir da avaliação que faz de cada membro, durante o desenvolvimento das atividades do Trabalho de Conclusão de Curso.

§ 1º A nota é dividida em três partes de igual peso, ou seja, 100 pontos cada uma, sendo:

I. Média obtida na banca;

II. Nota de participação e desempenho individual na execução do Trabalho de Conclusão de Curso (atribuída pelo orientador);

III. Trabalho de Conclusão de Curso entregue conforme as normas vigentes, com as correções solicitadas pela banca e na data definida no cronograma de atividades do oitavo período.

§ 2º A não entrega do Trabalho de Conclusão de Curso conforme previsto acarreta a reprovação automática do aluno (para trabalho monográfico) ou equipe (para trabalho prático), independentemente da média obtida.

§ 3º A média da Banca Examinadora é constituída pelas notas com valores de 0 a 100, sendo que a nota dada pelo orientador da equipe não pode ultrapassar a média das notas dos outros dois professores participantes da banca.

§ 4º É considerado aprovado, como trabalho de conclusão de curso, o trabalho que obtiver 60 pontos ou mais.

§ 5º O trabalho com nota entre 30 e 59 pontos é considerado reprovado com restrição. Neste caso, os professores da banca devem entregar aos alunos as cópias dos projetos com as devidas observações para que a equipe, em data a ser estipulada no momento da divulgação da nota, possa proceder à nova entrega do projeto para avaliação.

§ 6º O trabalho com nota igual ou inferior a 29 pontos é considerado reprovado, reprovando também, neste caso, toda a equipe, que deve cursar novamente a Unidade Curricular de Trabalho de Conclusão de Curso na sua integralidade.

Art. 32. A aprovação, a aprovação com restrição ou não aprovação dos projetos é divulgada após a apresentação às respectivas bancas.

CAPÍTULO XV

INSCRIÇÃO EM CONCURSOS EXTERNOS E OUTRAS DISPOSIÇÕES

Art. 33. O Curso de Publicidade e Propaganda estimula e apoia a inscrição dos melhores trabalhos em concursos promovidos por entidades profissionais e, por isso, espera que os trabalhos produzidos excedam em qualidade e possam competir com distinção com os de outras escolas de Comunicação Social, projetando seus autores, professores e a própria Universidade.

§ 1º A inscrição de qualquer Trabalho de Conclusão de Curso em concursos externos depende da aprovação e indicação da instituição com anuência da empresa cliente.

§ 2º Os critérios de seleção são: qualidade, originalidade, criatividade, aplicabilidade do projeto e sua contribuição à atividade de Publicidade e Propaganda. Cabe aqui criar esses critérios, já que os realizadores de concursos externos é que trarão suas orientações para participar?

§ 3º Cabe ao Curso de Publicidade e Propaganda informar ao cliente sobre os resultados dos concursos externos em casos vencedores e convidá-lo para a solenidade de entrega dos Certificados aos alunos.

CAPÍTULO XVI DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 34. Os casos omissos serão resolvidos pela Coordenação do Curso.

Art. 35. Este regulamento entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Universitário – Consuni, ficando revogadas todas as disposições em contrário.

UNIVAS
UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ

APÊNDICE C - REGULAMENTO DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - AGÊNCIA CARIJÓ

CAPÍTULO I DO OBJETO

Art. 1º A Agência Experimental é um laboratório vinculado ao Curso de Comunicação Social - com habilitação em Publicidade e Propaganda - da Universidade do Vale do Sapucaí (Univás).

Art. 2º O objetivo geral da Agência Experimental é oportunizar aos acadêmicos de Publicidade e Propaganda a experiência prática, vinculando teoria e técnica à vivência de uma agência.

Art. 3º Os objetivos específicos são:

a) possibilitar a profissionalização do mercado publicitário no sul de Minas a partir da elaboração de planejamento, pesquisa e veiculação de campanhas publicitárias desenvolvidas de acordo com os princípios éticos e legais da profissão;

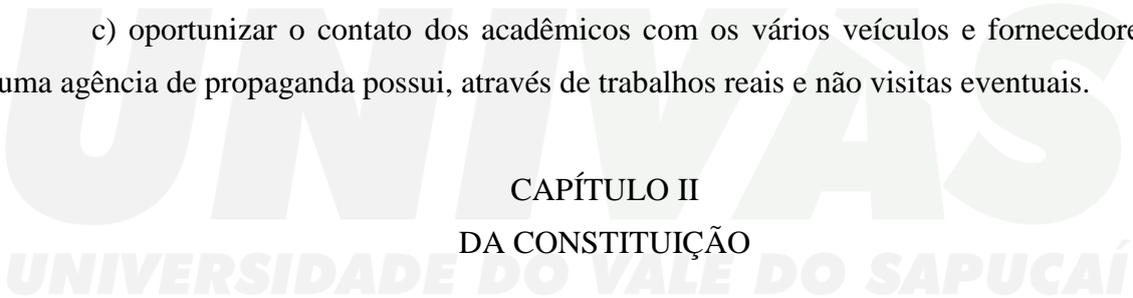
b) propiciar aos acadêmicos espaço para experiências práticas durante 1 (um) semestre letivo (podendo haver recondução), conhecendo as várias atividades que um publicitário pode desenvolver em uma agência;

c) oportunizar o contato dos acadêmicos com os vários veículos e fornecedores que uma agência de propaganda possui, através de trabalhos reais e não visitas eventuais.

CAPÍTULO II DA CONSTITUIÇÃO

Art. 4º A Agência Experimental é composta por um professor intitulado Coordenador da Agência e até 12 alunos, intitulados Estagiários Voluntários, todos regularmente matriculados no curso de Publicidade e Propaganda.

§ 1º A escolha do Coordenador da Agência Experimental é feita pelo Coordenador do Curso, com a aprovação do Colegiado, e deve recair sobre docente com formação específica na área de Publicidade e Propaganda e, preferencialmente, com experiência comprovada na condução de trabalhos realizados em agências e/ou departamentos de comunicação e marketing de empresas e/ou instituições.



§ 2º O mandato do Coordenador da Agência é de 4 (quatro) anos, podendo haver recondução.

§ 3º O Coordenador da Agência pode ser destituído de sua função a qualquer momento, por iniciativa do Coordenador do Curso, com aprovação do Colegiado, ou por sua própria iniciativa, em função do descumprimento de suas atribuições estabelecidas neste regulamento, cabendo nomeação imediata de um substituto para o cumprimento do mandato.

Art. 5º O referido laboratório é um espaço do curso no qual funcionam o estágio da Agência Experimental Carijó, Projetos de Extensão, aulas e outras atividades, como workshops e cursos de curta duração.

Art. 6º A Agência Experimental é composta em sua estrutura por diversos equipamentos que possibilitam o desenvolvimento das atividades, como computadores, bancadas, cadeiras, quadro de anotações e mesa de reuniões.

Art. 7º Os recursos materiais e financeiros para a manutenção da Agência Experimental advêm:

- a) das dotações que lhe forem atribuídas pelos orçamentos da instituição;
- b) de convênios de cooperação com instituições públicas e privadas;
- c) de auxílios concedidos por entidades públicas e privadas, nacionais ou estrangeiras;
- d) de bolsas de fundos de amparo à pesquisa.

Art. 8º O custo gerencial para projetos desenvolvidos para empresas privadas deve seguir 50% da tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais (Sinapro/MG) e os recursos devem ser revertidos em melhorias para a própria Agência Experimental e/ou para o curso de Publicidade e Propaganda da Univás.

Parágrafo único. A Agência Experimental somente pode desenvolver trabalhos para empresas privadas mediante contratos de convênio firmados entre a empresa interessada e a Fundação de Ensino Superior do Vale do Sapucaí – Fuvs.

CAPÍTULO III DOS DIREITOS E DEVERES DOS USUÁRIOS

Art. 9º São direitos e deveres do Coordenador da Agência:

- a) zelar pelo bom funcionamento e ordem da Agência Experimental;
- b) coordenar e supervisionar presencialmente todas as atividades da Agência Experimental;
- c) determinar as atribuições de cada membro da equipe;

- d) selecionar os serviços a serem desenvolvidos;
- e) aprovar o resultado de cada trabalho realizado pela Agência;
- f) determinar a escolha de fornecedores sempre que necessário;
- g) prever, com a devida antecedência, ao início de cada semestre letivo, as condições necessárias para um perfeito funcionamento da infraestrutura das atividades do estágio;
- h) estabelecer o período de inscrições para o estágio a cada semestre letivo, com base no Calendário Escolar vigente, em comum acordo com o Coordenador do Curso;
- i) manter o Coordenador do Curso permanentemente informado à respeito do andamento das atividades de estágio na Agência Experimental;
- j) convocar a realização de reuniões com a participação de estagiários, sempre que necessário;
- k) buscar orientação de outros professores ou profissionais da área, quando conveniente;
- l) acompanhar durante o semestre cada aluno participante oferecendo orientações técnicas e comportamentais sobre sua atuação como estagiário na agência;
- m) apresentar, semestralmente, relatório de atividades desenvolvidas pela agência ao coordenador do Curso.

Art. 10. São diretos e deveres dos Estagiários Voluntários:

- a) demonstrar interesse e a boa vontade de cumprir o estágio em qualquer área designada pelo coordenador da agência;
- b) manter atitudes respeitadas e dignas com os professores, funcionários e colegas;
- c) zelar pela imagem, assim como, pela integridade dos equipamentos da Agência Experimental na qual realizará seu estágio;
- d) respeitar a hierarquia funcional da Universidade e do estágio, obedecendo às ordens de serviços e exigências do local de atuação;
- e) manter elevado padrão de comportamento e de relações humanas, condizentes com as atividades a serem desenvolvidas;
- f) participar de outras atividades atinentes à realização do estágio, não explicitadas nas presentes normas, quando solicitado pelo Coordenador da Agência;
- g) comunicar e justificar ao Coordenador da Agência sua ausência nas atividades de estágio, quando houver impossibilidade de comparecimento, de forma antecipada e apresentar a justificativa por e-mail;
- h) seguir os princípios éticos e norteadores da atuação profissional, observando o código de ética profissional de Publicidade e Propaganda;

- i) tomar conhecimento e cumprir as presentes normas.

CAPÍTULO IV DO FUNCIONAMENTO

Art. 11. O estágio a ser realizado na Agência Experimental deverá obedecer aos parâmetros instituídos a seguir:

a) para a realização do estágio é dedicada a carga horária semanal de, no mínimo, 8 horas aula;

b) a frequência do estagiário é controlada pelo Coordenador da Agência a qual lhe atribui o certificado de participação, por meio da Pró-Reitoria de Extensão a Assuntos Comunitários, no final do semestre de acordo com a carga horária obtida ao longo do semestre;

Art. 12. O controle de acesso às dependências da Agência Experimental é feito pelo coordenador da Agência:

a) durante o período de uso, os estagiários voluntários devem estar acompanhados pelo professor Coordenador da Agência e, na eventual impossibilidade deste, os alunos devem ser autorizados pelo coordenador do curso;

b) alunos do curso de Publicidade e Propaganda devidamente matriculados têm o direito, para realização exclusiva com fins acadêmicos, de utilização da Agência Experimental Carijó, desde que este uso não seja durante o horário de aula ou durante as atividades de estágio da Agência Experimental e dos Projetos de Extensão que funcionam nas dependências da Agência;

c) o agendamento para utilização da Agência Experimental Carijó é controlado pelo coordenador da Agência e necessita de solicitação prévia, conforme orientações feitas pelo coordenador, com dois dias úteis de antecedência, contendo as seguintes informações: nome e período do(s) aluno(s) solicitante(s); motivo da utilização do espaço/equipamentos;

d) as chaves devem ser retiradas e entregues com o coordenador da Agência Experimental.

Art. 13. Sobre a seleção dos estagiários, o processo seletivo se dará da seguinte forma:

a) a seleção será realizada a cada semestre letivo;

b) os alunos interessados em participar da equipe da Agência Experimental devem inscrever-se por e-mail em período pré-determinado pelo Coordenador da Agência, os quais

devem ser divulgados em todas as turmas com a antecedência necessária para a realização das inscrições;

d) em caso de número excedente de interessados, as vagas serão destinadas por ordem de inscrição;

Art. 14. Sobre os trabalhos:

a) os trabalhos solicitados e seus respectivos prazos devem ser aprovados pelo Coordenador da Agência;

b) a Agência só pode receber solicitações de trabalhos só poderá ser feita pelo responsável institucional do setor / departamento solicitante;

c) a escolha dos trabalhos deve levar em conta a oportunidade de desenvolver uma atividade que acrescente ao aluno novas informações acerca da área da comunicação.

Parágrafo Único. Quando necessário, os professores do Curso de Publicidade e Propaganda podem ser solicitados para co-orientações, auxiliando nos trabalhos.

Art. 16. Para projetos externos de extensão, os custos podem ou não ser cobrados, de acordo com o interesse da instituição.

Art. 17. A aceitação ou não dos projetos deve ser discutida entre a Coordenação da Agência e a Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda.

CAPÍTULO V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 18. As causas e penalidades referentes a infrações disciplinares seguem o previsto no Regimento Geral da Univás.

Parágrafo Único. Os alunos sujeitos à pena de desligamento não têm direito à certificado, assim como não podem fazer parte novamente da equipe da Agência Experimental.

Art. 19. As presentes normas serão divulgadas aos alunos do Curso de Publicidade e Propaganda, no semestre de ingresso na Universidade, e aos estagiários, no início do desenvolvimento do estágio, sendo a divulgação da responsabilidade da Coordenação da Agência.

Art. 20. Os casos omissos são resolvidos pela Coordenação do Curso.

Art. 21. Este regulamento entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Universitário – Consuni, ficando revogadas todas as disposições em contrário.

APÊNDICE D - REGULAMENTO DA COMISSÃO DE PROJETOS E EVENTOS DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - COPEPP

CAPÍTULO I DO OBJETO

Art. 1º A Comissão de Projetos e Eventos do Curso de Publicidade e Propaganda (Copepp) constitui-se num meio de aprendizado e experimentação de atividades, projetos, produtos e serviços relativos ao desenvolvimento e aprimoramento intelectual do acadêmico.

Art. 2º A Copepp tem como principal objetivo planejar e executar atividades extracurriculares afeitas ao curso de Publicidade e Propaganda da Univás.

CAPÍTULO II DA CONSTITUIÇÃO

Art. 3º A Copepp é composta por 1 (um) professor do curso de Publicidade e Propaganda e por alunos voluntários que atuam no planejamento e organização dos eventos internos.

§ 1º A escolha do professor membro da Copepp deve recair sobre docentes atuantes no curso de Publicidade e Propaganda da Univás, indicados pelo Coordenador do Curso com aprovação do Colegiado.

§ 2º O mandato do docente membro da Copepp tem duração de quatro anos, podendo haver recondução.

§ 3º Qualquer membro da Copepp pode ser destituído de sua função a qualquer momento, por sua própria iniciativa, ou por iniciativa do coordenador, com aprovação do colegiado, em função do descumprimento de suas atribuições estabelecidas neste regulamento, cabendo nomeação imediata de um substituto para o cumprimento do mandato.

§ 4º Os alunos, sem limite de participantes, são convidados a participarem do planejamento, organização e execução a cada atividade programada e recebem, ao final, certificados de participação.

CAPÍTULO III DO APOIO ACADÊMICO E TÉCNICO

Art. 4º Para amparar e servir às atividades, a Comissão de Projetos e Eventos do Curso de Publicidade e Propaganda conta com a seguinte infraestrutura:

- I - um estúdio de Foto e Vídeo;
- II – um laboratório de Edição de áudio, anexo da Rádio Educativa Univás FM;
- III - um laboratório de Edição de vídeo;
- IV – a Agência Experimental Carijó.

CAPÍTULO IV DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 5º São atribuições dos membros da Copepp:

- I - planejar a cada semestre, o rol de atividades extracurriculares que serão desenvolvidas junto ao curso;
- II - fazem parte das atividades extracurriculares previstas:
 - a) workshops;
 - b) projetos de extensão;
 - c) minicursos;
 - d) palestras, seminários e congressos;
 - e) viagens técnicas;
 - f) eventos de apresentação de trabalhos acadêmicos;
 - g) outras atividades correlatas.
- III - propor à Coordenação do Curso o desenvolvimento de atividades extras que considerem importantes como acréscimo à formação do aluno;
- IV - manter contato com outras instituições de ensino, empresas, agências e outras entidades correlatas à área, a fim de atualizar-se quanto a eventos de interesse na formação do aluno de publicidade e propaganda, divulgando-os sempre que julgar necessário;
- V - definir juntamente com a Coordenação do Curso, o calendário de atividades extras semestralmente;
- VI - organizar e executar as atividades propostas;
- VII - incentivar a participação dos alunos, tanto na organização como na apresentação das atividades;
- VIII - divulgar entre os professores e acadêmicos as atividades programadas, quando de sua execução;

IX - organizar as inscrições, quando necessário;

X - elaborar ao final de cada semestre, um relatório das atividades desenvolvidas no período, encaminhando-o à Coordenação do Curso.

CAPÍTULO V DO FUNCIONAMENTO

Art. 6º A Copepp deve se reunir semanalmente para discutir, analisar, planejar e organizar as atividades extracurriculares.

Art 7º Para cada atividade programada, um professor membro do Copepp é nomeado como seu responsável e fica, assim, sob sua responsabilidade, todo o gerenciamento da atividade até sua execução completa.

Art. 8º As informações sobre as atividades programadas devem ser divulgadas com antecedência na página do curso no Instagram @publicidadeunivas e nas salas de aula.

Art. 9º A Copepp pode, quando julgar necessário, convidar outro professor do curso para o desenvolvimento de alguma atividade, para atuar como voluntário momentâneo, cabendo a esse professor, certificado de participação correspondente.

Art. 10. Em hipótese alguma podem ser realizados trabalhos de natureza particular ou para uso diferente dos especificados acima.

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 11. Os casos omissos são resolvidos pela Coordenação do Curso.

Art. 12. Este regulamento entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Universitário – Consuni, ficando revogadas todas as disposições em contrário.

APÊNDICE E – Corpo docente (Presencial e AVA)**LISTA DE PROFESSORES, TITULAÇÃO E REGIME DE TRABALHO**

Professor	Dedicação	Titulação
Alberto de Vitta	Integral	Doutor
Atílio Catosso Salles	Integral	Doutor
Diego Henrique Pereira	Integral	Doutor
Eveline Raquel de Oliveira Moura	Integral	Mestra
Fabiano Goncalves Lomonaco Junior	Horista	Mestre
Francisco Evangelista	Integral	Doutor
Guilherme Luiz Ferrigno Pincelli	Integral	Mestre
Jair Pinto de Assis Junior	Integral	Mestre
Joelma Pereira de Faria Nogueira	Integral	Doutora
Letícia Rodrigues de Souza	Integral	Doutora
Lucas Navaroli Ribeiro Silva	Integral	Mestre
Marcelo Augusto Scudeler	Integral	Doutor
Patrícia de Campos Lopes	Horista	Mestra
Patrícia do Prado Marques	Horista	Mestra
Rodrigo Rios Faria de Oliveira	Integral	Doutor
Welberton Felipe de Siqueira	Integral	Especialista

ANEXOS

ANEXO A - REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES E ACADÊMICO-CIENTÍFICO-CULTURAIS

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O presente conjunto de normas tem por finalidade regulamentar as Atividades Complementares e Atividades Acadêmico-Científico-Culturais dos cursos de graduação da Universidade do Vale do Sapucaí - Univás, sendo o seu cumprimento indispensável à colação de grau.

Art. 2º A Atividade Complementar de Graduação é uma modalidade específica de atuação acadêmica, na qual o corpo discente da Instituição deve interagir, por meio de sua participação em programas de ensino, pesquisa e extensão extracurriculares, atividades consideradas pertinentes e úteis para a sua formação humana, profissional e cultural.

Art. 3º Nos cursos de licenciatura, as Atividades Complementares são denominadas Atividades Acadêmico-Científico-Culturais.

Art. 4º As Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais dos cursos da Univás contemplam as seguintes modalidades:

- I - atividades de ensino;
- II - atividades de pesquisa; e
- III - atividades de extensão.

Art. 5º As Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais atendem aos seguintes objetivos:

- I - flexibilizar o currículo pleno do curso;
- II - propiciar a aquisição de experiências diversificadas inerentes e indispensáveis ao seu futuro profissional, buscando aproximá-lo da realidade universidade/mercado de trabalho;
- III - proporcionar o contínuo aperfeiçoamento crítico-teórico e técnico-instrumental;
- IV - aprofundar o grau de interdisciplinaridade na formação dos acadêmicos, em conjunto com a comunidade;
- V - fomentar a frequência nas atividades culturais, sociais e artísticas, relacionadas à formação profissional;
- VI - incentivar a participação em atividades acadêmicas e científicas que venham a permitir a permanente atualização; e
- VII - capacitar para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e profissionais inerentes ao processo de formação.

CAPÍTULO II DA OPERACIONALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES/ATIVIDADES ACADÊMICO-CIENTÍFICO-CULTURAIS

Art. 6º As Atividades de Ensino compreendem:

- I - atividades de monitoria;

II - participação em cursos afins ao de graduação, em que o acadêmico se encontra matriculado;

III - cursos na área de informática, língua estrangeira e língua brasileira de sinais; e

IV - estágios extracurriculares desenvolvidos com base em convênios firmados pela Univás.

Art. 7º As Atividades de Pesquisa compreendem:

I - livro publicado;

II - capítulo de livro;

III - artigo publicado em periódico como autor;

IV - artigo publicado em periódico como coautor;

V - artigo publicado em anais como autor;

VI - artigo publicado em anais como coautor;

VII - resumo em anais;

VIII - projetos de iniciação científica;

IX - projetos de pesquisa institucional;

X - apresentação de trabalhos em eventos de forma oral, em painéis e congêneres; e

XI - participação em grupos institucionais de estudos e pesquisas.

Art. 8º As Atividades de Extensão compreendem:

I - participação na organização de eventos;

II - participação como ministrante de conferências ou palestras;

III - participação como ouvinte em eventos tais como: conferências, palestras, congressos, simpósios, semanas científicas, oficinas, encontros, workshops e outros aprovados pela Coordenação de Curso;

IV - apresentação de trabalhos em eventos de forma oral, em painéis e congêneres;

V - participação ou trabalho na organização de Empresa Júnior, Incubadora, Agência ou Escritório Experimental/Modelo, Veículos de Comunicação da IES do curso;

VI - participação em campanhas comunitárias e trabalhos voluntários;

VII - visitas técnicas e de campo acompanhadas pelo professor;

VIII - atividades extracurriculares desenvolvidas com base em convênios firmados pela Univás;

IX - outras atividades propostas pelo acadêmico, em qualquer campo de conhecimento e previamente aprovadas pelo Coordenador do Curso; e

X - representação em órgãos da Univás (Consuni, Conselho Acadêmico, Colegiado de Curso e outras representações institucionais).

Art. 9º Para cumprimento da carga horária das Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais, o acadêmico deve escolher atividades nas modalidades previstas no art. 4º deste Regulamento.

Art. 10. O acadêmico, para cumprimento das obrigações referentes às Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais, deve:

I - entregar ao Núcleo de Atividades Complementares – NAC, para registro, os documentos comprobatórios das atividades realizadas, em duas vias, sendo uma original, anexados ao Formulário próprio com sua assinatura;

II - receber o protocolo da entrega dos documentos; e

III - receber os documentos originais.

Art. 11. O NAC, de posse dos documentos comprobatórios apresentados pelos acadêmicos referentes às atividades, deve:

- I - receber e conferir a cópia com o original;
- II - fornecer ao acadêmico o protocolo de recebimento;
- III - devolver ao acadêmico os documentos originais;
- IV - disponibilizar ao Coordenador de Curso os documentos apresentados pelos acadêmicos, os quais serão por ele validados;
- V - proceder o registro dos documentos validados;
- VI - arquivar os documentos registrados;
- VII - manter em ordem os arquivos;
- VIII - prestar orientações aos acadêmicos na área de sua atuação; e
- IX - exercer outras funções inerentes à sua área de atuação.

CAPÍTULO III

DA CARGA HORÁRIA DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES OU ATIVIDADES ACADÊMICO-CIENTÍFICO-CULTURAIS

Art. 12. A carga horária das Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais a ser realizada deve estar em conformidade com as Diretrizes Curriculares de cada curso.

Parágrafo único. Para os cursos tecnológicos não há obrigatoriedade de realização das Atividades Complementares, mas podem ser contempladas, desde que constem no Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

Art. 13. A carga horária das Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais pode ser realizada no decorrer do curso, respeitando o respectivo Projeto Pedagógico.

Parágrafo único. Não há obrigatoriedade do cumprimento mínimo de carga horária por período letivo.

CAPÍTULO IV

DA VALIDAÇÃO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES/ ATIVIDADES ACADÊMICO-CIENTÍFICO-CULTURAIS

Art. 14. O Coordenador de Curso, de posse dos documentos comprobatórios apresentados pelos acadêmicos referentes às atividades, deve:

- I - analisar os documentos no NAC;
- II - colocar o número de horas para cada atividade, de acordo com a Tabela estabelecida no Projeto Pedagógico do Curso e a assinatura, no caso de validação.

§ 1º As Atividades Complementares/Atividades/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais apresentadas somente têm validade quando realizadas durante o período de graduação.

§ 2º O acadêmico que não completar a carga horária das Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais durante o período de graduação, não cola grau até que tenha realizada a carga horária destinada a estas atividades.

CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 15. O NAC tem um professor indicado pela Direção da Unidade Acadêmica e designado pelo Reitor, que é o responsável pela coordenação dos trabalhos desenvolvidos neste setor.

Art. 16. Os acadêmicos ingressantes na Univás por meio de transferência ficam sujeitos ao cumprimento da carga horária de Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais, podendo solicitar à Coordenação do Curso o cômputo da carga horária atribuída pela instituição de origem, desde que estejam em consonância com o projeto pedagógico do curso e compatíveis com as estabelecidas neste Regulamento.

Art. 17. Compete ao colegiado de cada curso determinar o número e o limite máximo de horas semestrais para cada tipo de atividade prevista na tabela de Atividades Complementares/Atividades Acadêmico-Científico-Culturais.

Art. 18. Os casos omissos neste Regulamento são resolvidos pela Pró-Reitoria de Graduação, no âmbito de suas competências.

Art. 19. Este Regulamento entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão-CONSEPE, revogadas as disposições em contrário.

UNIVÁS
UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ

ANEXO B - PORTARIAS DE NOMEAÇÃO DE COORDENADOR



PORTARIA N.º 127/2020/REITORIA

O Professor Doutor Antonio Carlos Aguiar Brandão, Reitor da Universidade do Vale do Sapucaí - Univás, no uso de suas atribuições legais e,

Considerando-se a solicitação expedida pelo Professor Mestre Guilherme Luiz Ferrigno Pincelli, Diretor Acadêmico da Unidade Fátima,

PORTARIA/1415428

RESOLVE:

Art. 1.º RECONDUZIR o professor JAIR PINTO DE ASSIS JUNIOR no cargo de Coordenador do curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA da Universidade do Vale do Sapucaí – Univás.

Art. 2.º Esta portaria entra em vigor nesta data e revoga todas as disposições em contrário.

Pouso Alegre, 18 de dezembro de 2020.



Prof. Dr. Antonio Carlos Aguiar Brandão
Reitor

Reitoria - Universidade do Vale do Sapucaí
Fundação de Ensino Superior do Vale do Sapucaí / Universidade do Vale do Sapucaí
CNPJ n.º 23.951.916/0002-03
Unidade Fátima - Av. Prefeito Tuany Toledo, 470, Fátima I - Pouso Alegre/MG