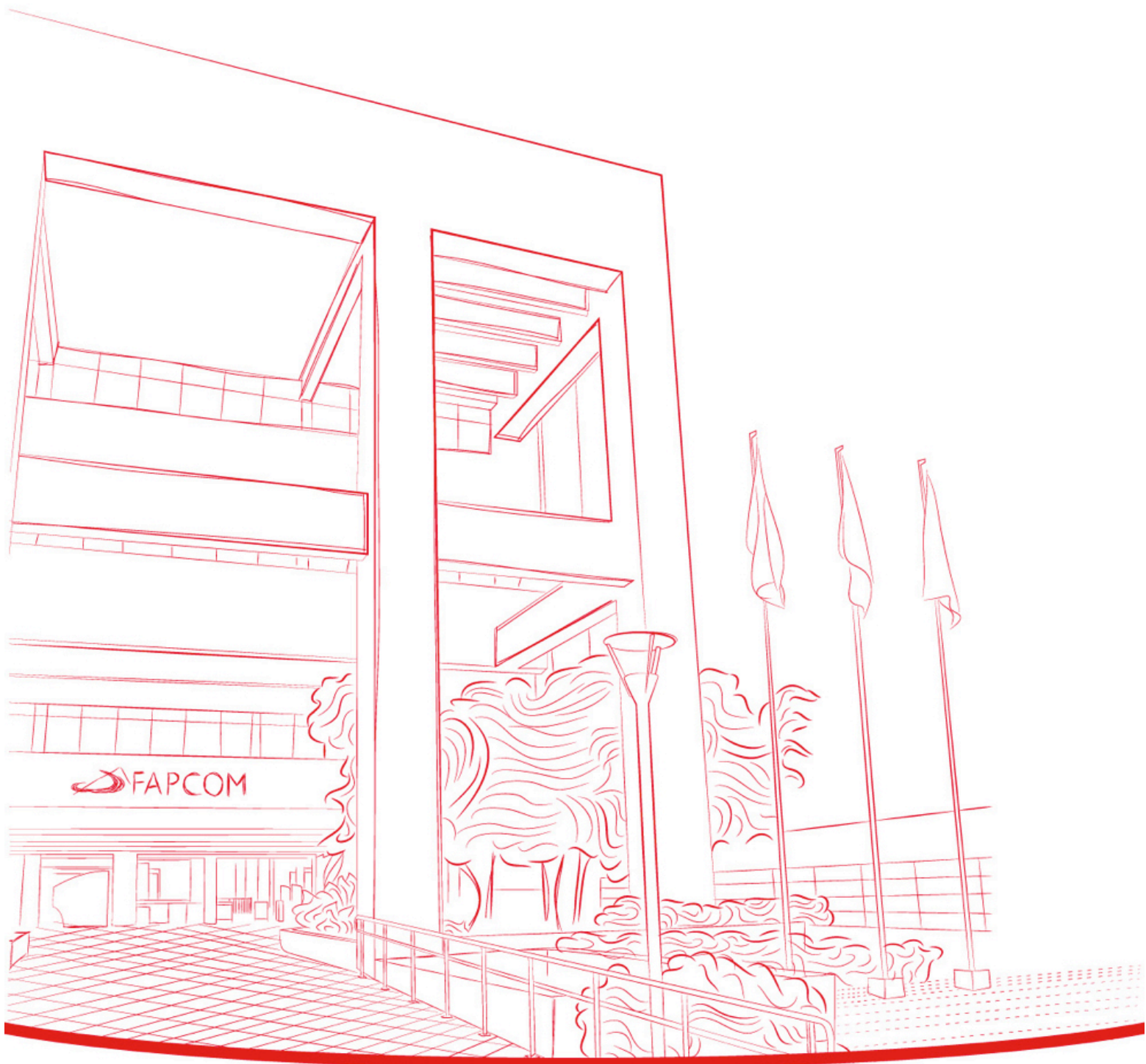


Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação
Curso de Relações Públicas
Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso - 2018



Sumário

CAPÍTULO 1 - Das Definições do Trabalho de Conclusão de Curso	2
CAPÍTULO 2 - Dos Objetivos do TCC	3
CAPÍTULO 3 - Das Regras Gerais do TCC	3
CAPÍTULO 4 - Das Obrigações da Supervisão de TCC, dos Professores - Orientadores e dos Alunos	8
CAPÍTULO 5 – Do Processo de Orientação, Entrega e Avaliação das Etapas do TCC	10
CAPÍTULO 6 – Do Parecer, da Banca Pública e do Exame	12
CAPÍTULO 7 - Do Corpo do Trabalho e das Etapas a serem seguidas	14
CAPÍTULO 8 - Disposições Gerais	17
• Anexo 01: Ficha de depósito	
• Anexo 02: Relatório de orientação	
• Anexo 03: Ficha de avaliação –TCC de Relações Públicas	

CAPÍTULO 1 – DAS DEFINIÇÕES TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O **Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)** é uma disciplina específica do Curso de Relações Públicas da Fapcom e sua realização é exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas. É um trabalho único, elaborado nos últimos três semestres do Curso e tem por finalidade colocar em prática, em uma organização real, os conhecimentos teóricos adquiridos nos três anos anteriores do curso, com o objetivo de permitir aos alunos a interação com o mercado mediante o desenvolvimento de atividades práticas de um **Projeto Experimental de Relações Públicas (PEX)**. O TCC também poderá ser desenvolvido por meio da realização de uma **Monografia** com o tema de pesquisa específico da área de Relações Públicas ou de Comunicação Organizacional.

Nesse sentido, a natureza do Trabalho de Conclusão do Curso está relacionada à formação teórica/ prática do aluno, assumindo uma dimensão utilitária e articulando-se com as demandas sociais, acadêmicas e mercadológicas. Assim, a síntese da formação universitária deverá ser traduzida em Projetos Experimentais ou Monografias.

Na modalidade de **Projeto Experimental – PEX** o objetivo é permitir aos estudantes que coloquem em prática, numa organização formalmente constituída, os conhecimentos teóricos adquiridos nos seis semestres anteriores do curso, visando proporcionar a interação com o mercado, mediante o desenvolvimento de atividades práticas, tornando-os aptos ao planejamento e a gestão das Relações Públicas em instituições públicas, privadas e no terceiro setor.

Na modalidade **Monografia** o objetivo é que o aluno desenvolva práticas investigativas que pressupõe a aplicação de metodologias, do aparato conceitual e teórico, ante ao tema escolhido e relacionado ao seu interesse dentro do conteúdo temático do curso e colaborando para o desenvolvimento crítico e analítico das teorias da comunicação e de Relações Públicas, sob orientação dos professores que ministram as aulas no sétimo e oitavo semestres.

Em ambas as modalidades o aluno complementar\u00e1 sua forma\u00e7\u00e3o, desenvolvendo sua capacidade de aplicabilidade dos conte\u00fados apreendidos ao longo do curso, fechando assim, o c\u00edrculo do processo de aquisi\u00e7\u00e3o de conhecimento no campo da Comunica\u00e7\u00e3o.

CAP\u00cdTULO 2 - DOS OBJETIVOS DO TCC

A elabora\u00e7\u00e3o do TCC tem como OBJETIVOS:

- a) Inserir os alunos no mercado de trabalho quando ainda respaldados pelo docentes da Faculdade, com a elabora\u00e7\u00e3o de Diagn\u00f3sticos e Planos de Rela\u00e7\u00f5es P\u00fablicas;
- b) Fomentar a pesquisa cient\u00edfica aos alunos de Rela\u00e7\u00f5es P\u00fablicas, incentivando-os para \u00e1rea acad\u00eamica e para o desenvolvimento de estudos aplicados \u00e0s Rela\u00e7\u00f5es P\u00fablicas;
- c) Estabelecer canais de interatividade entre a iniciativa privada, p\u00fablica e/ou terceiro setor, capaz de viabilizar parcerias com essas organiza\u00e7\u00f5es, em benef\u00edcio dos alunos, da pesquisa acad\u00eamica e da sociedade;
- d) Contribuir para a valoriza\u00e7\u00e3o do exerc\u00edcio profissional das Rela\u00e7\u00f5es P\u00fablicas;
- f) Divulgar a qualidade de ensino de Rela\u00e7\u00f5es P\u00fablicas da Fapcom, por meio da participa\u00e7\u00e3o de alunos e professores em concursos destinados a Monografias e Projetos Experimentais.

CAP\u00cdTULO 3 - DAS REGRAS GERAIS DO TCC

PROFESSORES-ORIENTADORES: Caber\u00e1 \u00e0 Coordena\u00e7\u00e3o do Curso, no in\u00edcio do s\u00e9timo semestre, designar um professor-orientador para cada **PEX** ou **Monografia**, considerando-se afinidade tem\u00e1tica, disponibilidade de hor\u00e1rios, experi\u00eancia profissional, acad\u00eamica e t\u00edtulo profissional.

MONOGRAFIA: A ser desenvolvida individualmente ou em dupla dever\u00e1 ser encaminhada \u00e0 Coordena\u00e7\u00e3o do Curso, at\u00e9 o t\u00e9rmino do sexto semestre, por

meio da disciplina Pesquisa e Elaboração de Projetos de Relações Públicas, o pré-projeto de sua pesquisa. O tema poderá ser específico de relações públicas ou estudos do campo da comunicação, bem como poderá ser desenvolvido nos formatos estudo de caso ou artigo científico. O Pré-Projeto deverá conter escopo mínimo a seguir, de forma embasada:

- Título;
- Introdução;
- Justificativa;
- Descrição da Problemática;
- Objeto de pesquisa;
- Objetivo da pesquisa;
- Metodologia sugerida ao estudo;
- Referencial Teórico.

Os alunos pré-inscritos em Monografia deverão passar por avaliação prévia da Coordenação e Colegiado, para verificação da aderência e condição do aluno candidato para ingresso dessa modalidade. O documento final do TCC – Monografia, a ser avaliado pela banca final, deverá ter no máximo 100 páginas considerando referências e anexos. No caso dos formatos artigos científicos e estudos de caso o documento final para avaliação deverá ter no máximo 50 páginas.

PROJETOS EXPERIMENTAIS: A realização dos Projetos Experimentais deverá ser efetuada por meio de Agências Experimentais, constituídas até o sexto semestre do curso, em grupos de 03 (três) a 07 (sete) componentes por Agência Experimental. Qualquer mudança na composição ou na organização da Agência Experimental só poderá ocorrer até a primeira quinzena do sétimo semestre do Curso, conforme cronograma de atividades, e deverá ser validada pelo respectivo professor-orientador e pela Coordenação. O documento final do TCC – Projetos Experimentais, a ser avaliado pela banca final, deverá ter no máximo 200 páginas considerando referências e anexos.

ESCOLHA DOS CLIENTES: Durante o processo de prospecção, a Coordenadoria de Relações Públicas poderá emitir Carta de Apresentação da Agência, mediante solicitação, para colaborar com o agendamento de reuniões. Caberá a Coordenação do Curso a aprovação do cliente. Não é recomendável que o TCC seja desenvolvido para organização com a qual algum integrante da Agência tenha vínculo empregatício, laços familiares e/ou profissionais; que já tenha área de Relações Públicas estabelecida; cujo contato não tenha informações estratégicas e abrangentes sobre a demanda apresentada; e que não apresente na prospecção uma demanda clara e viável para a realização do trabalho. Exceções deverão ser avaliadas e, se for o caso, autorizadas pela Coordenação do Curso. Se a Agência não apresentar seu cliente no prazo previsto, a Coordenadoria poderá interferir, tomando providências cabíveis, inclusive indicando cliente. Após a aprovação, a Coordenação emitirá carta de apresentação da Agência ao cliente reforçando o compromisso da parceria entre cliente e Faculdade. Por sua parte, o cliente deverá entregar à Agência, a Carta de Aceite em papel timbrado, assinada por um diretor ou representante legal, firmando a parceria com a Agência. Quando da inadequação e/ou desistência do cliente, a Coordenadoria poderá emitir Carta de Agradecimento e elucidar as razões do rompimento do compromisso. Uma vez constatada a inadequação do cliente, novo prazo poderá ser concedido, a critério da Coordenação do Curso, para a substituição.

ETAPAS DO PROJETO EXPERIMENTAL: ao final de cada semestre os alunos deverão cumprir as seguintes etapas, sendo:

6º SEMESTRE: Etapa I vinculada à disciplina de “Pesquisa e Elaboração de Projetos”.

- **APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA:** Constituição da agência; missão; visão; valores; estrutura organizacional; logomarca e aplicação da identidade visual.
- **INTRODUÇÃO CONCEITUAL:** Apresentação do trabalho, conceituação de Relações Públicas e apresentação de justificativa para a escolha do cliente, conforme premissas da Agência.

- **HISTÓRICO DO CLIENTE:** Breve histórico com fatos marcantes e relevantes do cliente para entendimento do Projeto. Pode ser concentrado nos aspectos relacionados à principal demanda de comunicação.
- **BRIEFING:** Levantamento de informações que permita a compreensão do perfil do cliente, suas percepções e expectativas, com maior profundidade nos aspectos que podem contribuir com o entendimento da principal demanda do cliente. O Briefing tem caráter objetivo e envolve informações básicas da organização (porte, estrutura física, humana, segmento, composição acionária, etc.); dos produtos/serviços, suas características e processos produtivos; dos processos de gestão e administração da organização, incluindo organograma, aspectos de cultura e princípios institucionais; dos relacionamentos com os públicos que a organização reconhece; das atividades de comunicação realizadas pela organização, estruturas, processos e resultados; da percepção do cliente sobre seu mercado, seu posicionamento, seus objetivos a curto, médio e longo prazos, sua imagem e reputação e suas expectativas com o TCC.

7º SEMESTRE: Etapa II vinculada à disciplina “Produção de Trabalho de Conclusão de Curso I”.

- **ANÁLISE SETORIAL:** Mapeamento e análise dos públicos da organização. Análise objetiva do setor do cliente, que envolve aspectos específicos vinculados à demanda apresentada na prospecção e Briefing, preferencialmente construída e sintetizada com infográficos, tabelas, fluxos, tendo como parâmetro a média de cinco páginas. A análise pode ser fundamentada em informações do macroambiente, setor operacional do cliente, mercado e concorrência, benchmarking, análise de Clipping e análise de Redes Sociais. Pode ser complementada com a análise SWOT, com adequado cruzamento e considerações.
- **PESQUISA:** Levantamento de dados primários e/ou secundários, com base conceitual.

- **DIAGNÓSTICO:** Análise crítica do cenário da organização-cliente e destaque de problemas e/ou oportunidades que possam ter sido identificados do cruzamento de informações obtidas ao longo do trabalho. Concentração nos aspectos relacionados à principal demanda de comunicação.

8º SEMESTRE: Etapa III vinculada à disciplina “Produção de Trabalho de Conclusão de Curso II”.

- **PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS:** Apresentação do plano que subsidiará o posicionamento e o desenvolvimento das ações, tendo em vista os elementos do Diagnóstico. Devem-se priorizar as temáticas que nortearão o Plano de Relações Públicas dentro da concentração específica definida, o qual pode ser composto por Objetivo Geral, Justificativas, Estratégia(s) principal(s) e/ou posicionamento de comunicação. O Plano poderá ser amplo ou específico de acordo com as prioridades levantadas no diagnóstico;
- **PLANO DE AÇÕES:** Descrever adequadamente cada ação, conforme estrutura apresentada no capítulo 7 ou determinada mediante avaliação entre Agência e Professor-Orientador.

ETAPAS PARA REALIZAÇÃO DA MONOGRAFIA: ao final de cada semestre os alunos deverão cumprir as seguintes etapas, sendo:

6º SEMESTRE: Etapa I vinculada à disciplina de “Pesquisa e Elaboração de Projetos”, o aluno deverá entregar ao final desse semestre um Pré-Projeto contendo escopo mínimo a seguir, de forma embasada:

- Título;
- Introdução;
- Justificativa;
- Descrição da Problemática;
- Objeto de pesquisa;
- Objetivo da pesquisa;

- Metodologia sugerida ao estudo;
- Referencial Teórico.

7º SEMESTRE: Etapa II vinculada à disciplina “Produção de Trabalho de Conclusão de Curso I”.

- Relatar os principais avanços da monografia, apresentação de no mínimo dois capítulos com foco na estrutura do trabalho a ser apresentada à banca de qualificação.

8º SEMESTRE: Etapa III vinculada à disciplina “Produção de Trabalho de Conclusão de Curso II”.

- Entrega final da Monografia com todas as etapas concluídas, capítulos e considerações finais para apresentação à Banca Pública.

CAPÍTULO 4 - DAS OBRIGAÇÕES DA SUPERVISÃO DE TCC, PROFESSORES-ORIENTADORES E DOS ALUNOS

Responsabilidades da Supervisão de TCC / Coordenação de Curso:

- a) Observar este Regulamento;
- b) Supervisionar e acompanhar as atividades de orientação dos professores-orientadores;
- c) Mediar relação entre alunos e professores-orientadores, quando necessário;
- d) Informar aos alunos as notas recebidas e análises de cada etapa do trabalho;
- e) Receber dos professores-orientadores o parecer sobre indicação do trabalho à fase de Qualificação no final do sétimo semestre; parecer sobre indicação do trabalho à Banca Pública ou Exame" após o término da terceira etapa no oitavo semestre e elaborar agenda de apresentações dos trabalhos a partir desses pareceres;

f) Indicar em conjunto com os professores-orientadores profissionais qualificados de Relações Públicas ou especialistas em temas relativos aos projetos desenvolvidos para integrar a BANCA PÚBLICA;

g) Reservar antecipadamente locais para as apresentações dentro dos recursos disponíveis na Fapcom;

h) Receber notas das bancas públicas e de exame, fazer as respectivas médias, bem como a média final dos alunos e comunicar à Secretaria os resultados das médias finais dos TCCs.

Responsabilidades dos professores-orientadores:

a) Conhecer e cumprir este Regulamento;

b) Orientar os alunos e supervisionar adequadamente o andamento dos TCCs, visando sempre ao cumprimento do Código de Ética do Profissional de Relações Públicas no Brasil;

c) Orientar os alunos quanto às suas responsabilidades para a condução das reuniões de orientação de forma produtiva e profissional, com discussão de pontos de dúvidas de conteúdo preferencialmente amparadas por reflexão teórica, com leitura de trechos da produção visando avaliação de linguagem, metodologia e abordagem, reservando a leitura completa dos textos para a entrega dos módulos;

d) Cumprir e fazer cumprir pelos alunos, o Cronograma estabelecido pela Coordenadoria;

e) Participar das reuniões com a Supervisão de TCC / Coordenação do Curso;

f) Participar da definição do cliente, no caso dos Projetos Experimentais;

g) Emitir parecer sobre indicação dos trabalhos sob sua orientação para BANCA DE QUALIFICAÇÃO, PÚBLICA ou EXAME;

h) Sugerir nomes de profissionais qualificados à Supervisão de TCC, para a avaliação desta, para integrar BANCAS PÚBLICAS;

i) Registrar andamento dos atendimentos nos relatórios mensais de orientação (ANEXO 02);

j) Registrar pontuações – de forma coletiva e individual – avaliando o desempenho dos alunos, com respectivas justificativas, em cada Etapa do TCC e apresentar *feedback* aos alunos.

Responsabilidades dos alunos:

a) Desenvolver seu TCC respeitando Código de Ética do Profissional de Relações Públicas do Brasil;

b) Conhecer e cumprir este Regulamento;

c) Cumprir todos os prazos estabelecidos no Cronograma de Atividades de TCC;

d) Comunicar ao professor-orientador qualquer problema que não tenham conseguido resolver, buscando orientação ou arbítrio;

e) Procurar o bom convívio com colegas de equipe e com o professor-orientador, resolvendo eventuais problemas com o auxílio do professor-orientador e/ou Supervisão de TCC;

f) Nunca arcar com responsabilidades financeiras junto ao cliente, no caso de Projetos Experimentais;

g) Participar das reuniões de orientação e das bancas de QUALIFICAÇÃO e PÚBLICA;

h) Preparar o local de sua apresentação de qualificação e pública com antecedência, em conformidade e harmonia com outro aluno/agência que também se apresentará no mesmo dia e local e recepcionar todos os convidados;

i) Comunicar e convidar o cliente para participação da banca pública.

CAPÍTULO 5 - DO PROCESSO DE ORIENTAÇÃO, ENTREGA E AVALIAÇÃO DAS ETAPAS DO TCC

REUNIÕES DE ORIENTAÇÃO: A orientação será semanal ou quinzenal, em horários pré-estabelecidos entre orientadores e alunos/agências.

ENTREGAS DAS ETAPAS: Os TCCs deverão ser entregues na Coordenadoria de Relações Públicas conforme cronograma, até o término do respectivo horário letivo de cada turma (matutino ou noturno). Quem entregar após datas e horários estabelecidos sofrerá desconto de 1,0 (um) ponto na nota da respectiva etapa para as primeiras 24 horas de atraso e de mais 0,5 (meio) ponto para cada período de 24 horas subsequentes, sendo o desconto cumulativo ao período total de atraso. Aluno ou agência deverá encaminhar arquivo eletrônico do TCC, para e-mail da Coordenadoria de Relações Públicas: coord.rp@fapcom.edu.br, com cópia para o Professor-orientador.

ENTREGA PARA BANCA PÚBLICA:

A entrega do TCC deverá ser feita eletronicamente junto com a ficha de depósito - ANEXO 01 - (arquivo único em formato PDF) para o email: coord.rp@fapcom.edu.br até o horário e data estipulados no cronograma.

ENTREGA PARA BIBLIOTECA:

Deverão ser entregues na Secretaria da FAPCOM junto com ficha de depósito ANEXO 01, em envelope fechado, no prazo fixado no calendário institucional, que serão encaminhadas, 01 (uma) cópia digitalizada em meio digital (CD ou DVD) e, ainda, 01 (uma) cópia devidamente encadernada (lombada quadrada) em capa dura na cor vermelha, para encaminhamento posterior à biblioteca, quando da revisão final do trabalho apresentado.

Não colar etiqueta ou escrever diretamente na mídia.

As autorizações de reprografia e publicação dos trabalhos devem ser salvas em arquivo e gravadas na mesma mídia que contém o projeto/pesquisa em si.

AVALIAÇÕES DAS ETAPAS: Os TCCs serão avaliados em duas etapas (7º e 8º semestres), conforme cronograma de atividades, com nota única por etapa, variando de 0 (zero) a 10 (dez), com base nos parâmetros estabelecidos. O não cumprimento de uma das Etapas ou a somatória inferior a 8 (oito) pontos como média implicará o envio do TCC para EXAME. Além de compor a média final do TCC, a avaliação dos Etapas subsidiará o parecer para indicação para Banca Pública ou Exame.

Descrição de *Performance*

- a) **Nota menor que 8** - TCC tem problemas relevantes em relação aos objetivos e aos demais critérios de avaliação; há problemas de ordem conceitual e de estrutura do TCC, tornando o resultado final, como produto, inaceitável.
- b) **Nota média igual a 8** - TCC tem nível mínimo de qualidade aceitável para prosseguir, indicando que há problemas a serem resolvidos, principalmente em termos de objetivos, bem como dos demais critérios de avaliação.
- c) **Nota média igual a 8,5** - TCC avaliado como um bom trabalho; cumpre objetivos de maneira razoável, bem como demais critérios de avaliação indicam produção correta. Material entregue aponta várias oportunidades de melhoria.
- d) **Nota média igual a 9** – A produção em termos de cumprimento de objetivos e demais critérios, resultou em ótimo trabalho; muito bem redigido; criativo em termos conceituais e estruturais; aluno soube conduzir de maneira criativa e proativa as demandas do TCC. Elementos do TCC trazem inovações perceptíveis e respaldadas. Mesmo assim, orientador ainda consegue apontar ajustes e oportunidades necessários a um trabalho de excelência.
- e) **Nota média entre 9,5 e 10** - Produção do TCC é de excelência, ou seja, além de ser criativo, é extremamente competente em termos de redação e aparato conceitual; aluno tem desempenho seguro e quase autônomo, permitindo ao orientador apenas oportunidade de pequenos ajustes e acompanhamento.

CAPÍTULO 6 - DO PARECER, BANCA DE QUALIFICAÇÃO, BANCA PÚBLICA E DE EXAME

PARECER DE INDICAÇÃO PARA AS BANCAS DE QUALIFICAÇÃO, PÚBLICA OU EXAME: Todo TCC será submetido à avaliação do professor-orientador no parecer de indicação para Banca Pública ou Exame, que possui caráter contributivo e seletivo. Os alunos serão avaliados pela produção desenvolvida até 30 dias anteriores a data da entrega final do TCC. Somente alunos considerados aptos serão encaminhados à BANCA PÚBLICA. Trabalhos com média igual ou superior a 8,0, mas que não estiverem prontos ao final dos prazos estipulados ou por recomendação do professor-orientador, em casos extraordinários, não serão encaminhados para BANCA PÚBLICA. Os alunos ou

agências deverão reformular o projeto total ou parcialmente, conforme parecer, para avaliação em caráter de EXAME (banca fechada formada pelo orientador, professor convidado e coordenação).

BANCA DE QUALIFICAÇÃO: Tem caráter avaliativo e contributivo. Alunos receberão avaliação de sua produção parcial por dois professores do Curso de RP, conforme Capítulo 3, que examinarão o TCC antecipadamente e, na data agendada, assistirão à apresentação oral de, no máximo, 20 (vinte) minutos.

BANCA PÚBLICA:

Tem caráter avaliativo e contributivo. Alunos receberão avaliação de sua produção por profissionais reconhecidos e atuantes no mercado ou especialistas nos temas, que examinarão o TCC antecipadamente e, na data agendada, assistirão à apresentação oral de, no máximo, 20 (vinte) minutos. A cada minuto excedente, o aluno perderá 0,5 (meio) ponto na Média da Banca Pública, sendo que todos os integrantes do grupo deverão estar obrigatoriamente presentes. O aluno ausente sem justificativa estará reprovado, caso não contemple as formas da lei previstas no Regimento Interno da Fapcom. Apresentação oral não é obrigatória para todos os componentes da agência.

A Banca será presidida pelo professor-orientador, além de ser composta pelo cliente ou seu representante no caso dos Projetos Experimentais, e 2 (dois) convidados, sendo um deles, obrigatoriamente, um profissional de Relações Públicas. Cada membro da banca pública, exceto o cliente, poderá fazer perguntas e dará notas de 0 a 10. O cliente só poderá fazer comentários, sem arguições nem direito a atribuição de notas. A ausência do cliente ou seu representante, sem justificativa prévia cabível, encaminhada com 24 horas de antecedência para a Coordenadoria de Relações Públicas, implicará a perda de 1,0 (um) ponto na Média da Banca Pública.

EXAME: O TCC encaminhado para Exame, por insuficiência da média ou por recomendação do professor-orientador em casos extraordinários, poderá receber parecer complementar de outro professor (orientador ou de disciplina técnica), fornecendo subsídios adicionais para reapresentação em caráter de EXAME. O TCC deverá ser refeito na íntegra, conforme recomendações do

professor-orientador e do parecerista e entregue à Coordenadoria de Relações Públicas em até 30 dias, de acordo com cronograma acordado. Na Banca de Exame não haverá apresentação oral do aluno, será fechada e constituída pelo professor orientador, professor convidado e coordenação. O prazo para nova avaliação será de até 45 dias, ou seja, a ser realizada na primeira quinzena do início do período de aulas posterior.

CAPÍTULO 7 - DO CORPO DOS TRABALHOS E DAS ETAPAS A SEREM SEGUIDAS

Todas as etapas do desenvolvimento do TCC deverão seguir os conceitos que fundamentam a atividade de Relações Públicas - com fundamentação e reflexão teórica. No que se refere à qualificação e à identificação de fontes de dados secundários e primários, utilização de citações e referências de informação, o conteúdo do TCC deverá obedecer às regras metodológicas de elaboração de trabalho científico, conforme normas da ABNT. No mais, os alunos podem e devem usar a criatividade (*layout* em geral, utilização de figuras e infográficos e demais recursos), respeitando os itens que compõem o conteúdo de TCC e aspectos de legibilidade, lógica e fluxo de informação que garantam a leitura e correta avaliação do trabalho.

Estrutura sugerida para o desenvolvimento do Projeto Experimental:

- 1) APRESENTAÇÃO DA AGÊNCIA:** desenvolvida no semestre anterior ao desenvolvimento do TCC.
- 2) INTRODUÇÃO CONCEITUAL:** Apresentação do trabalho, conceituação de Relações Públicas e apresentação de justificativa para a escolha do cliente, conforme premissas da Agência.
- 3) HISTÓRICO DO CLIENTE:** Breve histórico com fatos marcantes e relevantes do cliente para entendimento do Projeto. Pode ser concentrado nos aspectos relacionados à principal demanda de comunicação.
- 4) BRIEFING:** Levantamento de informações que permita a compreensão do perfil do cliente, suas percepções e expectativas, com maior profundidade nos

aspectos que podem contribuir com o entendimento da principal demanda do cliente. O Briefing tem caráter objetivo e envolve informações básicas da organização (porte, estrutura física, humana, segmento, composição acionária, etc.); dos produtos/serviços, suas características e processos produtivos; dos processos de gestão e administração da organização, incluindo organograma, aspectos de cultura e princípios institucionais; dos relacionamentos com os públicos que a organização reconhece; das atividades de comunicação realizadas pela organização, estruturas, processos e resultados; da percepção do cliente sobre seu mercado, seu posicionamento, seus objetivos a curto, médio e longo prazos, sua imagem e reputação e suas expectativas com o TCC.

5) ANÁLISE SETORIAL: Mapeamento e análise dos públicos da organização. Análise objetiva do setor do cliente, que envolve aspectos específicos vinculados à demanda apresentada na prospecção e Briefing, preferencialmente construída e sintetizada com infográficos, tabelas, fluxos, tendo como parâmetro a média de cinco páginas. A análise pode ser fundamentada em informações do macroambiente, setor operacional do cliente, mercado e concorrência, benchmarking, análise de Clipping e análise de Redes Sociais. Pode ser complementada com a análise SWOT, com adequado cruzamento e considerações.

6) PESQUISA: Levantamento de dados primários e/ou secundários, com base conceitual.

7) DIAGNÓSTICO: Análise crítica do cenário da organização-cliente e destaque de problemas e/ou oportunidades que possam ter sido identificados do cruzamento de informações obtidas ao longo do trabalho. Concentração nos aspectos relacionados à principal demanda de comunicação.

8) PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS: Apresentação do plano que subsidiará o posicionamento e o desenvolvimento das ações, tendo em vista os elementos do Diagnóstico. Devem-se priorizar as temáticas que nortearão o Plano de Relações Públicas dentro da concentração específica definida, o qual pode ser composto por Objetivo Geral, Justificativas, Estratégia(s) principal(s) e/ou posicionamento de comunicação;

9) PLANO DE AÇÕES: Descrever adequadamente cada ação, conforme estrutura a seguir ou determinada mediante avaliação entre Agência e Professor-Orientador:

- APRESENTAÇÃO;
- OBJETIVOS (mensuráveis);
- PÚBLICOS;
- ESTRATÉGIA específica, se houver;
- TÁTICA / DESENVOLVIMENTO: lógica de construção da ação; elementos descritivos que possibilitem compreender a dinâmica de elaboração da ação, de forma a subsidiar, inclusive, sua orçamentação;
- PEÇAS PROPOSTAS: *layout* eletrônico específico, bem como respectiva Ficha Técnica, proporcionando exata ideia de forma e conteúdo da peça finalizada;
- FORMAS DE AVALIAÇÃO: poderá ser composta por tipo de programa desenvolvido, por ação específica (quando viável);
- INVESTIMENTO: conforme ficha técnica e honorários de terceiros para elaboração da ação;

10) CRONOGRAMA GERAL DAS AÇÕES

11) INVESTIMENTO GERAL DO PROJETO: somatória dos orçamentos de todas as ações, incluindo pesquisa e planejamento;

12) MENSURAÇÃO DE RESULTADOS: Estabelecimento de instrumentos de mensuração de resultados, para comprovar, após implementação da proposta, o alcance dos objetivos propostos;

13) RECOMENDAÇÕES GERAIS: Problemas ou oportunidades de caráter específicos e não vinculados ao universo da comunicação, mas que devem ser objeto de atenção do cliente para o sucesso do plano proposto;

14) CONSIDERAÇÕES FINAIS: Defesa da viabilidade do projeto e recomendações finais ao cliente;

15) REFERÊNCIAS: Segundo ABNT.

Estrutura sugerida para Monografias:

1. Dados de identificação (nome da Instituição; nome do autor; título do trabalho; subtítulo, se houver; nome do Professor Orientador; local e ano da entrega).
2. Espaço determinado para registro da data de apresentação e composição da banca examinadora.
3. Dedicatória (opcional).
4. Agradecimentos (opcional).
5. Resumo do trabalho na língua vernácula.
6. Sumário.
7. Introdução (Apresentação do Objeto, Problemática, Problema, Hipóteses ou Pressupostos, Objetivos gerais e específicos)
8. Revisão teórica
9. Procedimentos metodológicos
10. Pesquisa
11. Descrição e discussão dos resultados
12. Conclusão
13. Referências e bibliografia.
14. Anexo (se houver).

CAPÍTULO 08 - DISPOSIÇÕES GERAIS

Os casos omissos serão resolvidos pela Coordenação de Curso, após consulta à Assessoria e da Pró-direção Acadêmica.

- Anexo 01: Ficha de depósito
- Anexo 02: Relatório de orientação
- Anexo 03: Ficha de Avaliação –TCC de Relações Públicas

ANEXOS

ANEXO 01

ANEXO 02

ANEXO 03