



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO**

**PROJETO PEDAGÓGICO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL:
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**



GOIÂNIA/2010



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO**

PROJETO PEDAGÓGICO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: PUBLICIDADE E PROPAGANDA



GOIÂNIA/2010



ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR DA SOCIEDADE GOIANA DE CULTURA

Presidente

Dom Washington Cruz – CP

Vice Presidente

Dom Waldemar Passini Dalbello – CP

Secretário Geral

Mons. Luiz Gonzaga Lôbo

ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR DA PUC GOIÁS

Grão-Chanceler

Dom Washington Cruz – CP

Reitor

Prof. Wolmir Therezio Amado

Vice-Reitora

Profª Olga Izilda Ronchi

Pró-Reitora de Graduação

Profª Sônia Margarida Gomes Sousa

Pró-Reitora de Extensão e Apoio Estudantil

Profª Márcia de Alencar Santana

Pró-Reitor de Pós-Graduação e Pesquisa

Profª. Sandra de Faria

Pró-Reitor de Desenvolvimento Institucional

Profª. [Helenisa](#) Maria Gomes de Oliveira Neto

Pró-Reitor de Administração

Prof. Daniel Rodrigues Barbosa

Pró-Reitor de Comunicação

Prof. Eduardo Rodrigues da Silva

Pró-Reitor de Saúde

Prof. Sérgio Antônio Machadi

Chefe de Gabinete

Prof. Lorenzo Lago



SIGLAS E ABREVIATURAS

ABESC – Associação Brasileira de Escolas Católicas
ABRUC – Associação Brasileira de Universidades Comunitárias
AJUR – Assessoria Jurídica
APUC – Associação de Professores da Universidade Católica
ASC – Associação de Servidores da Católica
BC – Biblioteca Central
BIREME – Biblioteca Virtual em Saúde
CAC – Coordenação de Arte e Cultura
CAE – Coordenação de Assuntos Estudantis
CAFM – Coordenação de Administração Financeira e de Manutenção
CAP – Comitê Assessor de Pesquisa
CAs – Centros Acadêmicos
CEAD – Coordenadoria de Ensino Aberto a Distância
CEPEA – Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Administração
CES – Câmara de Ensino Superior
CFTP – Coordenação de Filantropia e Teologia Pastoral
CI – Coordenação Institucional
CNE – Conselho Nacional de Educação
CPD – Centro de Processamento de Dados
DICOM – Divisão de Comunicação e Marketing
ETG – Coordenação de Estágio e Extensão
IDF – Instituto Dom Fernando
IES – Instituição de Ensino Superior
INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
PEGP – Plano Estratégico de Gestão Participativa
PNE – Plano Nacional de Educação
PRE – Política de Regulamentação do Estágio
PROGRAD – Pró-Reitoria de Graduação
PROEX – Pró-Reitoria de Extensão
PUC Goiás – Pontifícia Universidade Católica de Goiás



DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

DEPARTAMENTO: Comunicação Social

CURSO: Publicidade e Propaganda

CÓDIGO: 066

MODALIDADE: Bacharelado

TIPO: Presencial

SITUAÇÃO LEGAL: Portaria nº 596 de 26/06/2007

DURAÇÃO DO CURSO: 4 anos

NÚMERO DE PERÍODOS DO CURSO: 08

TURNO(S): Matutino e Noturno

CARGA HORÁRIA TOTAL: 2900 horas

LOCAL DE FUNCIONAMENTO: Campus V- Av. Fued José Sebba, 1184, Jardim Goiás, Goiânia–GO.

APRESENTAÇÃO

A construção de um Projeto Pedagógico compreende um processo de reflexão que envolve múltiplas esferas: a do conhecimento acadêmico: “a do espaço social, construído e construtor das práticas profissionais,” e a da prática docente. Libâneo (1995) explica que:

O projeto apresenta orientações gerais que sintetizam as ligações da instituição de ensino que se estabelece desde o sistema escolar mais amplo até os planos de ensino. Esse planejamento coletivo de todo o conjunto das atividades de ensino é uma forma de construção da autonomia institucional (LIBÂNEO et al, 2003).

Considerando a complexidade desse processo, o projeto deve sistematizar, a partir dos debates realizados no permanente processo de avaliação, as concepções que a instituição assume em relação a estas esferas e, assim, orientar a construção, nunca finalizada, de um espaço que possibilite a sólida formação de seus alunos e a contínua qualificação de seu corpo docente.

Como afirma Vasconcellos (2000), a tarefa do projeto deve ser a de ajudar o educador na transformação da prática, “na direção de um ensino mais significativo, crítico, criativo e duradouro, como mediação para a construção da cidadania, na perspectiva da autonomia e da solidariedade” (p. 200).

Assim sendo, o presente Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda apresenta o resultado do trabalho empreendido desde 2006, quando da formulação da primeira versão organizada pela Instituição, a qual foi debatida nas reuniões de Colegiado, nos processos de avaliação permanente e avaliações semestrais do curso e do corpo docente.

Para a construção da proposta pedagógica do curso, contribuíram, particularmente, os docentes e a coordenação pedagógica do curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, docentes da Pontifícia Universidade Católica de Goiás com formação em Comunicação ou áreas afins de



conhecimento, bem como a Assessoria Pedagógica da Pró-Reitoria de Graduação – SA/PROGRAD.

Os referenciais que presidiram a formulação da atual proposta são os que orientam os cursos de graduação desta Universidade: seus documentos básicos e as Diretrizes Curriculares Nacionais do CNE/CES para a área de Comunicação Social (Parecer CNE/CES nº 492, aprovado em 3/4/2001 e Resolução CNE/CES nº16/2002). Como nos projetos dos demais cursos da Universidade, a consolidação da avaliação interna e externa foi determinante na construção do Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda.

I. INTRODUÇÃO

A Comunicação Social, especialmente o mundo da Publicidade e da Propaganda, tem experimentado vertiginosas mudanças, expansão e inovação de formatos, linguagens e mídias no seu campo profissional, passando a exigir das Instituições de Ensino Superior maior investimento em tecnologia, equipamentos, recursos, áreas destinadas aos laboratórios além do investimento humano, baseado na qualificação de docentes e ampliação do quadro efetivo de professores que proponham constantes modificações curriculares e atualização permanente das matrizes da área.

O curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda responde às transformações sócio-econômico-tecnológicas pelas quais passa o Estado de Goiás, um estado que até há poucas décadas se sustentava em uma economia estruturada em pequenas e médias empresas.

Hoje, grandes empresas multinacionais estão investindo seu capital no Estado, transformando o cenário produtivo e gerando demanda por profissionais egressos de vários campos de formação, ensejando perspectivas de trabalho e de profissionalização compatíveis com a complexidade instalada no setor produtivo.

Segundo o Conselho Nacional das Normas-Padrão - CENP, entidade que regula e fiscaliza o setor, existem cerca de 4 mil Agências de Propaganda no Brasil. Dessas, apenas as 20 maiores abocanham 80% do total de investimento de mídia do setor. O mercado movimentou em 2008 cerca de R\$ 35 bilhões, segundo dados do Ibope Monitor.

A Grande São Paulo, que inclui a cidade de São Paulo e vizinhas como São Bernardo do Campo e Barueri, por exemplo, com R\$ 10,8 bilhões, lidera os investimentos com 23% de participação. As veiculações nacionais aparecem em 2º lugar com R\$ 4,1 bilhões. O Grande Rio, também com R\$ 4,1 bilhões, ocupa a 3ª colocação.

A região Centro-Oeste (Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul) é a que absorve a menor parte das verbas de mídia, com R\$ 623,8 milhões.



Como segundo mercado da região em investimentos de mídia, o Estado de Goiás absorveu, em 2007, cerca de R\$ 187 milhões, dos quais 40% oriundos de um único cliente: o Governo de Goiás é o maior anunciante do Estado. Os outros 60% são disputados, acirradamente, por cerca de 160 agências de propaganda cadastradas no SINAPRO GOIÁS (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás), das quais apenas 29 são efetivamente filiadas, pagando a contribuição social que mantém o Sindicato como um dos mais ativos do País.

O mercado de Comunicação tem investido em tecnologia e recursos humanos e vem se desenvolvendo em larga escala: atualmente, Goiânia conta com 10 canais de televisão aberta: Rede Anhanguera (Globo), Rede Serra Dourada (SBT), Rede Record, TV Brasil Central, Fonte TV, Rede TV, UCG/TV, TV Goiânia (Rede Bandeirantes), Rede Vida, além de canais fechados a cabo e satélite e nove canais no interior do Estado; mais de 85 emissoras de Rádio, cerca de 60 Jornais, sendo três diários – O Popular, Diário da Manhã e Jornal DAQUI, e os demais semanais e/ou mensais, mais de 50 Revistas locais; 22 Empresas de outdoor; 28 Empresas de Assessoria de Comunicação; 10 empresas de Promoção e Eventos; 28 Produtoras, entre: vídeo, áudio e web; 25 bureaus digitais de criação e mídia.

Segundo o “*Goiânia Convention & Visitors Bureau*”, a capital goiana ocupa hoje uma posição estratégica na captação de recursos e realização de eventos em nível nacional. Exemplo significativo é o sucesso do Festival Internacional de Cinema Ambiental - FICA, que ocorre na Cidade de Goiás, a antiga capital do Estado, e que posiciona Goiás no centro da discussão da produção audiovisual do País.

A Pontifícia Universidade Católica de Goiás está comprometida com as demandas no campo de formação dos profissionais dessa área. A UCG/TV, atual retransmissora da TV Aparecida – Canal aberto 24 e Net 20, que pertence à Sociedade Goiana de Cultura, mantenedora da PUC Goiás, oferece aos alunos de comunicação e egressos das habilitações em Publicidade e Propaganda e Jornalismo a possibilidade de campo de estágio e empregabilidade na emissora, dada a importância e o reconhecimento que atribui a essa graduação e aos segmentos nela envolvidos, bem como à constante atualização do aparato que esse curso requer.



Assim, em uma sociedade de consumo, constata-se que o mercado de trabalho em que esse profissional deverá atuar é amplo, complexo e está garantido em órgãos públicos, empresas de comunicação como agências de propaganda; produtoras de vídeo, áudio e web; *bureaus* digitais e de mídias; gráficas e editoras, redes de TV, rádios e demais instâncias da comunicação, bem como departamentos de comunicação e marketing de empresas nacionais e multinacionais, assessoria de comunicação política e eleitoral. Entre outras formas de consultoria específicos da área de design, *branding*, comunicação visual e centros de ensino e pesquisa, além das demais possibilidades de trabalho na área de comunicação social em geral.

É neste panorama profissional favorável que a Pontifícia Universidade Católica de Goiás consolida o curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, na perspectiva de formar profissionais com uma sólida base teórica e prática, capazes de criar, planejar, construir conhecimento, criticar teorias, analisar dados, refletir e, essencialmente, colocar em prática os fundamentos da publicidade e da propaganda, reconhecendo seu papel social, bem como suas inserções culturais, políticas e econômicas de forma adequada à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo.

Assim, com uma visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho, o egresso de Comunicação deve entender a dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem. E, sobretudo, utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na Comunicação, sobre os constrangimentos a que a Comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à Comunicação Social.

É importante considerar que o conhecimento técnico adquirido nas disciplinas profissionalizantes e nas práticas laboratoriais não surtiria o efeito desejado na formação profissional do publicitário sem o aporte de uma base teórica sólida,

oferecida ao aluno diariamente, em sala de aula, possibilitando a construção de uma visão plural, crítica e atualizada do mundo.

Aliada à realidade sócio-política e econômica, figura a formação técnico-instrumental calcada nos princípios da arte, da criatividade e da tecnologia como prioridades. Da forma como está estruturado, o Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás prioriza uma sólida formação humanística profissional aliada à formação integral, preparando o aluno para os desafios do mercado de trabalho.

A história do ensino de Comunicação Social em Goiás tem uma longa trajetória de lutas que se inicia em 1997 com a criação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG – FACOMB, bem como de seus cursos e habilitações. Em 1999, por iniciativa da Faculdade Cambury nasce o curso de Publicidade e Propaganda, extinto no final de 2005, e absorvido em sua totalidade no ano de 2006 pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Assim, em 16/12/2005 por meio do Ato Próprio Normativo nº 042/2005, o curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC Goiás foi aprovado pelo CEPEA – Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Administração da UCG. Posteriormente, em 13/01/2006, foi criado em sessão ordinária realizada pela resolução nº 003/2006-CEPEA. O curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás iniciou suas atividades a partir de 2006/1, momento em que ocorreu seu primeiro vestibular¹. O reconhecimento do MEC aconteceu no ano posterior, através da Portaria nº 596 de 26/06/2007 e publicada no "Diário Oficial" da União em 27/06/2007. No processo de reconhecimento, o curso obteve nota máxima em Estrutura e Organização Didático-Pedagógica.

A boa qualidade de um curso de Publicidade e Propaganda verifica-se tanto pelo perfil de seu corpo docente, quanto pela infraestrutura disponibilizada para o

¹ Oriundo da Faculdade Cambury, o curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda iniciou suas atividades no ano de 1999/2. Em 2006/1 os alunos do curso optaram por se transferir para a Universidade Católica de Goiás, que assumiu toda a estrutura física (salas, laboratórios, equipamentos), acervo bibliográfico e corpo docente do curso.



desenvolvimento de suas atividades acadêmicas e administrativas. Neste sentido, faz-se necessário investir em mestres e doutores com experiência mercadológica relevante que possam contribuir para o aprofundamento teórico-prático desenvolvido nas disciplinas que compõem a matriz curricular do Curso.

Pelas mesmas razões, é imprescindível que se tenha uma boa estrutura física, respaldando o pleno funcionamento do Curso. Para tanto, entende-se serem necessários investimentos significativos em laboratórios e equipamentos tecnológicos de ponta, compatíveis e utilizados no mercado da propaganda: câmeras fotográficas digitais, câmeras de vídeo, ilhas de edição digital, estúdios de foto e vídeo, equipamentos de iluminação de estúdio, softwares originais específicos para a área de design, produção gráfica, edição de vídeo e web.

Em função do alto grau de investimento em ambas vertentes, a saber, no corpo docente e em espaço físicos e equipamentos, o Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás destaca-se no mercado goiano. Não raro, alunos de outras IES optam por arcar com um custo um pouco maior, transferindo-se para a PUC Goiás, vislumbrando um retorno qualitativamente melhor na sua formação acadêmica e profissional, além da possibilidade de integração em projetos de pesquisa e programas de extensão.

Outro fator de grande relevância para a escolha do curso oferecido pela PUC Goiás é a tradição de qualidade construída pela então Universidade Católica de Goiás ao longo dos seus 50 anos de existência. Neste período a universidade implementou um Planejamento Estratégico de Gestão o qual previa, dentre outras ações a expansão dos cursos oferecidos, dentre os quais a Habilitação em Publicidade e Propaganda. Mesmo sendo recente no rol das graduações ofertadas pela PUC Goiás, o Curso apresenta como diferencial no mercado a marca da qualidade e a inserção social solidamente construída por esta Universidade.

Coerente com sua missão e consciente de que o uso dos meios de comunicação transforma de modo fundamental a organização da vida social, abrindo caminhos para novas formas de ação, de interação e de exercício de poder, a Pontifícia Universidade Católica de Goiás se propõe a empreender a implantação de



um projeto de qualidade para a formação do profissional de Publicidade e Propaganda.

Nesta perspectiva e unindo a formação científico-tecnológica e a crítico-humanista, a PUC Goiás tem como meta a formação do profissional que, desempenhando suas funções de Publicitário, reflita sobre sua atuação como construtor da sociedade e incorpore permanentemente novos desafios e oportunidades.

Assim, o curso de que trata o presente Projeto Pedagógico, além de significativo e necessário é promissor, pois oferece aos seus egressos possibilidades reais de ingresso em termos de um campo de trabalho em franco crescimento e atualização.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivos Gerais:

Definem-se como **objetivos gerais da Habilitação em Publicidade e Propaganda:**

- a) Construir conhecimentos, propiciando o desenvolvimento de competências, habilidades e a formação de atitudes requeridas para o exercício qualificado das práticas em Publicidade e Propaganda.
- b) Integrar disciplinas teóricas e práticas laboratoriais, estágios e projetos experimentais e Atividades complementares de extensão universitária, enfatizando o espírito crítico e a postura ética do profissional publicitário a ser formado.

2.2. Objetivos Específicos:

Por extensão, são considerados **objetivos específicos** desta Habilitação:

- desenvolver competências, domínio de conhecimentos, aquisição de habilidades e atitudes para formar um profissional conhecedor da condução das práticas publicitárias em suas diferentes aplicações;
- dominar conhecimentos teóricos, práticos e tecnológicos que viabilizem o seu ingresso qualificado no mundo do trabalho;
- exercitar técnicas publicitárias, fazendo uso de ferramentas, instrumental e equipamentos tecnológicos de ponta, proporcionando ao aluno mais proximidade à realidade do mercado de comunicação;
- capacitar o acadêmico para atuar no mercado de trabalho formal e também estimulá-lo ao empreendedorismo e à gestão de seu próprio negócio;
- comprometer-se com a atualização e aprofundamento em sua área específica de trabalho e áreas afins, com postura crítica e ética;
- planejar, criar e produzir campanhas de comunicação, mediante a utilização de variadas linguagens e meios de comunicação;



- incentivar pesquisas tecnológicas sobre imagem e som, desenvolvendo novas técnicas de produção, rompendo paradigmas de comunicação;
 - desenvolver a consciência de que a Comunicação Social é um serviço que deve ser voltado para o bem comum e a qualidade de vida da humanidade;
 - acompanhar e analisar as campanhas publicitárias, identificando seus impactos sobre as pessoas, discutindo amplamente seu sentido ético e de persuasão;
 - exercitar a objetividade e o raciocínio que as mensagens publicitárias requerem, visando a produção com excelência;
 - apurar o gosto estético, capacidade de persuasão e legitimação da propaganda.
- O Curso contempla, ainda, a preocupação constante com a qualidade, utilizando, como estratégia, um conjunto de ações, entre as quais se destacam:
- o desenvolvimento da proposta de ensino numa perspectiva crítica na qual tem ênfase a qualificação do aluno nas novas tecnologias e métodos de aplicação nas áreas em que o profissional vai atuar;
 - a execução de um projeto pedagógico democrático que incorpora, no processo de construção do saber científico, as experiências do saber empírico sobre a Comunicação Social;
 - o intercâmbio com o mercado publicitário por meio da realização de seminários, palestras, estudos de casos, bem como de eventos mediante os quais o aluno tenha amplo acesso a todas as fontes, opiniões e dados, que propiciem uma formação plural e rica, imprescindível para o seu sucesso profissional;
 - o intercâmbio com outras instituições de ensino de Comunicação Social, especialmente a Universidade Federal de Goiás (FACOMB/UFG) que mantém dois projetos comuns com a PUC Goiás: a premiação semestral de trabalhos executados nas disciplinas, como forma de estímulo ao aluno e elaboração de portfólio para seu ingresso no mercado de trabalho, o “Galo da Propaganda” em sua oitava edição (2009/2) e o projeto “Encontros publicitários”, um bate papo informal entre o mercado e a Universidade, que acontece bimestralmente, com o objetivo de compartilhar experiências mercadológicas que possibilitem a

formação continuada do corpo docente e discente de ambos os cursos de graduação.

III. PERFIL PROFISSIONAL

Conforme as Diretrizes Curriculares Nacionais, o egresso da área de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, deve demonstrar capacidade de criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais a elas relacionadas, bem como suas inserções culturais, políticas e econômicas. Deve, além disso, possuir habilidade para refletir em relação à variedade e à mutabilidade das demandas sociais e profissionais na área e ter visão integradora e horizontalizada, tanto genérica quanto especializada, dos processos comunicacionais e das relações e circunstâncias que os originaram e deles são decorrentes.

3.1. Perfil Comum do Profissional de Comunicação

Concretamente, o egresso deve estar de posse de condições que lhe permitam:

- a apreensão histórico-social do fenômeno da Comunicação;
- o desenvolvimento de atitude experimental em relação às linguagens;
- a articulação entre as atividades de ensino-pesquisa-extensão;
- o estabelecimento de vínculo entre Comunicação e Tecnologia; e entre graduação e pós-graduação.

3.2. Perfil Específico do Egresso em Publicidade e Propaganda

Em termos específicos, o egresso de Publicidade e Propaganda deve possuir o domínio das técnicas e instrumentos indispensáveis à proposição e à execução de soluções em comunicação eficazes para os objetivos de negócios de anunciantes e instituições, tornando-se capaz de traduzir os objetivos organizacionais em procedimentos de comunicação, por meio do desenvolvimento da capacidade de planejar, criar, produzir, difundir e gerir a comunicação publicitária e os diferentes tipos de ações correlatas e orientadas àqueles objetivos.



Constituem competências e habilidades requeridas a esse profissional:

- a reflexão crítica do papel do comunicador social na sociedade contemporânea;
- a capacidade de assimilar conceitos que permitam a apreensão devida das teorias;
- a utilização dos enfoques teóricos e dos conceitos em análises críticas da realidade;
- o posicionamento de modo ético e político como pessoa e como profissional;
- o domínio das linguagens de comunicação publicitária nas dimensões da: criação, produção, interpretação e uso das técnicas;
- a competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados da área;
- o domínio de pelo menos duas línguas como recurso à comunicação e ao diálogo;
- a capacidade para a captação e atendimento aos clientes: diagnóstico da demanda e necessidades do mercado de comunicação;
- a realização de pesquisas de consumo, motivação, concorrência, argumentações, selecionando as que não ferem os princípios éticos;
- a criação e a roteirização de peças publicitárias impressas, digitais e audiovisuais;
- capacidade para dirigir e produzir de campanhas de comunicação;
- preparo para promover e supervisionar eventos e campanhas promocionais;
- a realização de assessorias de comunicação institucional e política;
- planejamento, execução e administração de ações mercadológicas aliadas a estratégias efetivas de comunicação;
- planejamento de campanhas de comunicação, envolvendo o uso de todas as ferramentas: propaganda, promoção, merchandising e marketing direto;
- atentar-se às rápidas mudanças econômicas e sociais, em escala: global e nacional, que influem diretamente no mercado publicitário;

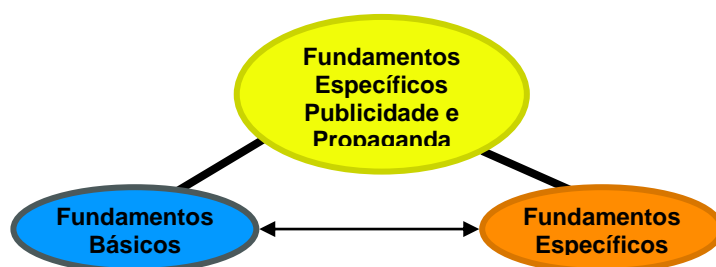


- capacidade para traduzir as informações e codificá-las, através das técnicas publicitárias, entre o público interno e externo das organizações do primeiro, segundo e terceiro setor;
- conscientizar-se sobre os mecanismos que fazem parte do processo de produção e recepção de mensagens, podendo avaliar sua eficácia sobre os diversos públicos.

Especificamente, o egresso do curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda deve dominar todas as técnicas, ferramentas e instrumentos indispensáveis à proposição e à execução de soluções eficazes, ser capaz de diagnosticar os objetivos organizacionais, planejar, criar, produzir, difundir e gerir a comunicação publicitária e os diferentes tipos de ações correlatas e orientadas àqueles objetivos.

IV. REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DE UM PERFIL DE FORMAÇÃO

Atualmente, o campo de trabalho da Comunicação exige do profissional uma atuação cada vez mais especializada, mas que expresse, simultaneamente, um olhar mais amplo sobre a Comunicação Social e suas complexidades.



*As disciplinas optativas foram agrupadas na matriz por núcleos de formação: Assessoria de Comunicação, Criação e Produção e Cidadania. Elas contribuem para a verticalização dos conhecimentos da área escolhida pelo aluno. São oferecidos pela matriz 03 núcleos, cada um composto por 2 disciplinas (optativas) que são escolhidas pelos discentes e cursadas do 6º ao 8º período. O aluno terá que cumprir ao final do curso, obrigatoriamente, 3 disciplinas optativas para integralizar a matriz.

Fundamentos Básicos	Fundamentos Específicos Comunicação	Fundamentos Específicos Publicidade e Propaganda
Filosofia, Estética e Comunicação Linguagens e Comunicação Sociologia Geral e da Comunicação Fundamentos de Administração e Marketing Psicologia da Comunicação Planejamento Estratégico de Marketing Ética e Legislação da Comunicação e da Publicidade Teologia e Ciências Sociais e Humanas Aplicadas *Libras 20%	Técnicas de Comunicação Fotografia Comunicação em Rádio Comunicação em Televisão Planejamento Gráfico e Visual Teorias da Comunicação Comunicação e Produção de Sentidos Assessoria de Comunicação Comunicação na Web Pesquisa em Comunicação Planejamento de Comunicação Integrada Estágio Supervisionado em Comunicação Pesquisa de Opinião e de Mercado *Comunicação e Cidadania *Criação, Produção e Edição Audiovisual *Projetos de Comunicação Institucional 35%	Arte e Publicidade Práticas de Estúdio Fotográfico Criatividade em Propaganda Redação Publicitária Práticas de Campanha Publicitária I Práticas de Campanha Publicitária II Práticas de Campanha Publicitária III Criação e Produção em Rádio Direção de Arte Criação e Produção em TV Eventos Institucionais e Promocionais Atendimento e Gestão de Negócios em Comunicação Projetos Experimentais I Planejamento de Mídia e Estudos dos Meios Projetos Experimentais II Criação e Produção para Web *Comº. Política e Propaganda Eleitoral * Produção da Imagem e Animação 45%



Nesse sentido, como dito anteriormente, a matriz curricular de 2010/1 foi amplamente debatida nos colegiados de Jornalismo e Publicidade e Propaganda e estruturada de forma a ampliar a visão e conhecimentos dos alunos tanto no que se refere ao domínio de conhecimentos e habilidades gerais indispensáveis ao exercício do profissional da Comunicação, quanto o de saberes e práticas específicas da Publicidade e da Propaganda, possibilitando até mesmo aos alunos graduados em uma habilitação, a ampliação para outra habilitação em Comunicação, em apenas mais 02 anos de estudos.

Pensando a partir deste referência, a matriz curricular proposta para essa Habilitação para 2010/1 foi formulada em conjunto com a habilitação Jornalismo. Partindo da raiz “Comunicação Social”, as matrizes contêm disciplinas de núcleo de formação comum (Fundamentos Básicos na proporção de 20% da matriz + Fundamentos Específicos Comunicação compondo 35% das disciplinas) e 45% de disciplinas de Fundamentos Específicos para a habilitação de Publicidade e Propaganda. Contemplam, portanto, em sua amplitude, a formação de um profissional de comunicação mais complexa, com uma visão totalizada de comunicação, ético, autônomo e capacitado para a realização de suas atividades profissionais com qualidade e em estreita consonância com as demandas da contemporaneidade.

V. PROPOSTA CURRICULAR

Elaborada com base no Parecer CNE/CES nº 1.363 de 12/12/2001 e Resolução CNE/CES nº 16 de 13/03/2002, a proposta curricular do curso norteia-se pelas seguintes diretrizes:

- preocupação com a formação humanística, ética e técnica do aluno;
- incorporação das três áreas de conhecimentos necessárias à formação do aluno: Ciências Sociais, Ciências da Comunicação e da Linguagem, Filosofia e Arte;
- respeito ao princípio de flexibilidade do ensino;
- ampliação, fortalecimento e especificação das matérias técnico-laboratoriais, com objetivo de reforçar as atividades de caráter prático, entendendo-se como tal não a prática meramente imitativa, mas a prática acompanhada da reflexão crítica sobre seu significado;
- organização das atividades em torno de projetos, permitindo, assim, a integração curricular horizontal e vertical e evitando-se a fragmentação do ensino;
- rompimento da tendência à divisão rígida entre matérias teóricas e práticas;
- incorporação ao currículo de novas disciplinas, decorrentes do desenvolvimento da área da Publicidade e Propaganda, com destaque para aquelas referentes à Informática, conferindo modernidade ao curso;
- articulação das atividades de ensino interligadas às de pesquisa e extensão, estabelecendo, desta forma, uma relação orgânica entre elas; utilização dos campos de conhecimentos da formação básica e específica, para aprendizagem de Língua Portuguesa.

A comunicação em meios digitais prolifera-se em todo o mundo, e, diariamente, surgem novas mídias. Assim, a produção e diagramação de sites, anúncios para web, animação, diagramação e estudo de novas mídias também são abordadas disciplinas oferecidas ao longo do curso.



A atual proposta da graduação em Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, formalizada a partir das ementas, objetivos, conteúdos e bibliografias adotadas busca a formação de um profissional crítico, ético e comprometido com as transformações e inovações do mercado da Propaganda em todas as suas áreas de abrangência: web, rádio, televisão, e outros meios de comunicação impressa, sendo capaz de desenvolver uma prática competente e compromissada com a profissão e com a sociedade.

Assim, a matriz curricular abrange disciplinas de formação básica e específica, numa abordagem que constantemente articula teoria-prática na perspectiva do desenvolvimento das habilidades exigidas no exercício da profissão, incluindo as práticas publicitárias, que abrangem as áreas de impresso, eletrônico, web e assessoria.

Conforme representada graficamente através do perfil de formação, a matriz curricular compreende disciplinas divididas em grandes eixos de conhecimento necessários para a completa formação do egresso da Habilitação de Publicidade e Propaganda. São eles: Fundamentos Básicos, Fundamentos Específicos de Comunicação e Fundamentos Específicos da Habilitação Publicidade e Propaganda.

O eixo de **Fundamentos Básicos** é formado por disciplinas essenciais para a formação humanística do discente. Compreendem disciplinas como: Filosofia, Estética e Comunicação e Teologia e Ciências Sociais e Humanas Aplicadas (FIT), Linguagem e Comunicação e Libras (LET), Sociologia Geral e da Comunicação (HGSR), Fundamentos de Administração e Marketing e Planejamento Estratégico de Marketing (ADM), Psicologia da Comunicação (PSI), Ética e Legislação da Comunicação e da Publicidade (JUR) e *Libras (LET)

O eixo de **Fundamentos Específicos de Comunicação** é formado por disciplinas em sua maioria comuns entre a área de Comunicação, portando comuns às habilitações de Publicidade e Propaganda e Jornalismo (COS). São consideradas disciplinas fundamentais para a formação integral do comunicador social em toda a sua amplitude. São elas: Técnicas de Comunicação, Fotografia, Comunicação em Rádio, Comunicação em Televisão, Teorias da Comunicação, Planejamento Gráfico e



Visual, Assessoria de Comunicação, Comunicação na Web, Pesquisa em Comunicação, Planejamento de Comunicação Integrada, Pesquisa de Opinião e de Mercado, Estágio, Comunicação e Produção de Sentidos e *Comunicação e Cidadania, *Criação, Produção e Edição Audiovisual, *Projetos de Comunicação Institucional

O eixo de **Fundamentos Específicos da Habilitação Publicidade e Propaganda** são formados por disciplinas profissionalizantes laboratoriais ou não, direcionadas em sua maioria às práticas mercadológicas: Direção, Criação, Produção e Gestão, além dos projetos experimentais de conclusão de curso. São elas: Arte e Publicidade, Práticas de Estúdio Fotográfico, Criatividade em Propaganda, Redação Publicitária, Práticas de Campanha Publicitária I, Práticas de Campanha Publicitária II, Práticas de Campanha Publicitária III, Criação e Produção em Rádio, Criação e Produção em TV, Direção de Arte, Criação e Produção para Web, Eventos Institucionais e Promocionais, Atendimento e Gestão de Negócios em Comunicação, Planejamento de Mídia e Estudos dos Meios, Projetos Experimentais I, Projetos Experimentais II, *Comunicação Política e Propaganda Eleitoral, *Produção da Imagem e Animação (ARQ)²

5.1. Organização Curricular

O curso de Comunicação Social: Habilitação Publicidade e Propaganda compreende 08 semestres e uma carga horária de 2900 horas. São ao todo 40 disciplinas que totalizam 160 créditos, contabilizando 2400 horas às quais serão adicionadas para a integralização da matriz:

- 300 horas de Atividades Complementares Extraclasse: participação em Semanas, Simpósios, Congressos, Seminários, Palestras, atividades de iniciação à pesquisa, realização de cursos de aperfeiçoamento na área e línguas estrangeiras, além de atividades de extensão e monitorias, realizadas no mesmo período do curso.
- 200 horas de Estágio.

² *Disciplinas optativas englobam as três principais áreas de atuação: Assessoria de Comunicação/ Marketing, Agência de Propaganda / Produtoras de vídeo. Áudio e Web / Comunicação, Educação e Cidadania.

- Participação no ENADE quando convocado pelo MEC.
- Prova de proficiência em língua estrangeira (inglês, francês ou espanhol)

É oferecida ao aluno a possibilidade de cursar disciplinas optativas que foram agrupadas na matriz por núcleos de conhecimento, são eles: Núcleo de Assessoria de Comunicação, Núcleo de Criação e Produção e Núcleo de Cidadania. Estas disciplinas são oferecidas para contribuir com a verticalização dos conhecimentos da área escolhida pelo aluno, de acordo com seus interesses de atuação, sejam eles mercadológicos ou científicos.

5.2. Matriz Curricular 2010/1

Graduação em Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda

Matriz Curricular

Vigência a partir de janeiro de 2010.

Aprovada dia 17/12/2009

Período	Código	Disciplinas	Créditos				Requisitos
			Prel.	Prática	Lab	Total	Pré-requisitos
1º	FIT 1057	Filosofia, Estética e Comunicação	02		02	04	
	LET 1056	Linguagem e Comunicação	04			04	
	COS1015	Arte e Publicidade	04			04	
	COS1016	Técnicas de Comunicação	04			04	
	COS1017	Fotografia	02		02	04	
		Total de créditos no período				20	
2º	HGS 1970	Sociologia Geral e da Comunicação	04			04	
	COS1018	Comunicação em Rádio	02		02	04	
	COS1019	Comunicação em Televisão	02		02	04	
	COS1120	Criatividade em Propaganda	04			04	
	COS1000	Práticas de Estúdio Fotográfico	02		02	04	
		Total de créditos no período				20	
3º	COS1025	Planejamento Gráfico e Visual			04	04	
	COS1110	Teorias da Comunicação	04			04	
	ADM1000	Fundamentos de Administração e Marketing	04			04	
	COS1013	Redação Publicitária	04			04	
	COS1014	Práticas de Campanha Publicitária I	02		02	04	
		Total de créditos no período				20	
4º	PSI 1020	Psicologia da Comunicação	04			04	
	ADM1074	Planejamento Estratégico de Marketing	04			04	
	COS1059	Comunicação e Produção de Sentidos	04			04	
	COS1045	Criação e Produção em Rádio	02		02	04	Comunicação em Rádio
	COS1046	Práticas de Campanha Publicitária II	02		02	04	
		Total de créditos no período				20	
5º	COS1026	Assessoria de Comunicação	04			04	
	COS1034	Planejamento de Comunicação Integrada	04			04	
	COS1048	Direção de Arte			04	04	
	COS1049	Criação e Produção em TV	02		02	04	Comunicação em TV
	COS1047	Práticas de Campanha Publicitária III	02		02	04	
		Total de créditos no período				20	

6º	COS1027	Comunicação na Web	02		02	04	
	COS1029	Pesquisa em Comunicação	04			04	
	COS1051	Eventos Institucionais e Promocionais	04			04	
	COS1052	Estágio Supervisionado em Comunicação	02	02		04	
		Optativa				04	
		Total de créditos no período				20	
7º	COS1053	Atendimento e Gestão de Negócios em Comunicação	04			04	
	COS1201	Projetos Experimentais I	02	02		04	Estágio Supervisionado
	COS1037	Pesquisa de Opinião e de Mercado	04			04	
	COS1200	Planejamento de Mídia e Estudos dos Meios	04			04	
		Optativa				04	
		Total de créditos no período				20	
8º	JUR 1220	Ética e Legislação da Comunicação e da Publicidade	04			04	
	FIT1810	Teologia e Ciências Sociais e Humanas Aplicadas	04			04	
	COS1054	Projetos Experimentais II	02	02		04	Projetos Experimentais I
	COS1055	Criação e Produção para Web	04			04	
		Optativa				04	
		Total de créditos no período				20	

Optativas

Códigos	Disciplinas	Créditos				Requisitos
		Prel.	Prática	Lab.	Total	Pré-requisitos
COS1056	Projetos de Comunicação Institucional	04			04	
COS1057	Comunicação Política e Propaganda Eleitoral	04			04	
COS1058	Criação, Produção e Edição Audiovisual			04	04	Criação e Produção TV
ARQ 1078	Produção da Imagem e Animação			04	04	
COS 1370	Comunicação e Cidadania	04			04	
LET 1003	Libras	04			04	

Integralização Curricular:	Número de Créditos: 160
	Número de Horas: 2400 horas
	Atividades Complementares: 200 horas
	Estágio: 300 horas
	Prova de Língua Estrangeira (Inglês, Francês e Espanhol)
	Número de horas total do curso: 2900 Horas

5.4. Estágio Supervisionado

5.4.1. Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório

Conforme documento “Política e Regulamentação de Estágio”, Resolução nº 0015/2004 do CEPEA/UCG,

O estágio é um dos componentes curriculares do processo de formação acadêmica, constituído e constituinte das dimensões do ensino, pesquisa e extensão. É desenvolvido em campos de atuação profissional com vistas à construção e socialização do conhecimento, enquanto processo social, coletivo e histórico.

Espaço político-pedagógico privilegiado de construção da práxis possibilita a inserção do estudante no mundo laboral e na prática social, como processo de participação, intervenção nas relações entre a Universidade e demais segmentos sociais. [...]. (p. 11).

De acordo com a lei de Estágio nº 11.788, de 25 de setembro de 2008,

O estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos (p. 01).

Os alunos do curso de Comunicação Social com Habilitação Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Goiás deverão realizar o estágio obrigatório e poderão desenvolver o estágio não-obrigatório. Todos deverão ser supervisionados: o obrigatório pelo professor da disciplina, o não-obrigatório pelo supervisor de estágio. O estágio não-obrigatório poderá ser realizado a partir do primeiro período do curso. O estágio obrigatório será realizado no sexto período, com orientação do professor da disciplina, em campos internos ou externos à Universidade, que apresentem possibilidade de atuação articulada ao eixo de formação profissional do estudante, com atividades relacionadas à formação acadêmica. No estágio obrigatório, o aluno cumprirá 300 horas, podendo ultrapassar esse número, de acordo com contrato assinado com a empresa que ofereça a vaga de estágio.

Na disciplina denominada Estágio Supervisionado (obrigatório), o aluno terá aulas semanais de orientação e o acompanhamento do professor. O discente terá que produzir o projeto do estágio pretendido e relatórios quinzenais das atividades exercidas na empresa e para a empresa. Também terá que produzir um relatório final para ser aprovado na disciplina. Durante as aulas, as experiências vivenciadas pelos alunos em cada campo de estágio são socializadas com os demais colegas. (VIDE ANEXO E)

O curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda define como campos de Estágio:

- os programas sociais e educativos da UCG;

- empresas com as quais a PUC Goiás mantém convênio;
- agência experimental Empírica;
- o canal de TV aberta que pertence à instituição mantenedora;
- os laboratórios específicos de ensino em comunicação.

O Estágio terá sempre caráter curricular e se classifica como obrigatório e não obrigatório. Realizar-se-á em campos internos ou externos à PUC Goiás, que apresentem possibilidades de atuação articuladas ao eixo de formação profissional do estudante, com atividades relacionadas à formação acadêmica.

Cabe à Coordenação de Estágio de cada Curso/unidade acadêmico-administrativa, a definição de critérios de aprovação dos campos de Estágio em conformidade com essa Política de Estágio.

Cabe à Pró-Reitoria de Graduação – PROGRAD, em articulação com a Pró-Reitoria de Extensão e Apoio Estudantil – PROEX, orientarem a efetivação da Política de Estágio da PUC Goiás.

O objetivo desse amplo campo de estágio é permitir que o aluno possa vivenciar diferentes áreas de trabalho que constituirão seu ambiente profissional após o término do curso.

5.4.2. Estágio Curricular Supervisionado Não-Obrigatório

O estágio não obrigatório é outra modalidade muito praticada entre os alunos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda. Desde o 1º período do curso o aluno pode ir a campo por um período máximo de 30h semanais. Todos os estágios não obrigatórios devem acontecer mediante ciência e assinatura da coordenação de curso ou estágio. Atualmente, a coordenação de Estágio está sob a responsabilidade da Professora Patrícia Quitero Rosenzweig, que acompanha os alunos e seus relatórios de trabalho, de acordo com a nova lei do estágio.

Esta modalidade de estágio é incluída e aproveitada parcialmente nas atividades complementares como forma de incentivo ao aluno que deseje vivenciar o cotidiano do mercado de trabalho. Assim, das 300 horas requeridas para a

comprovação das Atividades Complementares, 1/3, ou seja, até 100 horas poderão ser aproveitadas pelo estágio curricular supervisionado não-obrigatório, desde que formalizado o convênio junto à PUC Goiás, ou realizado por meio de Empresa de Integração e devidamente assinada e supervisionada pela Coordenação de Estágio do curso.

Internamente, a Universidade oferece aos alunos do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, 08 vagas de estágio interno na Agência Experimental do Curso: Empírica Comunicação e destina aos laboratórios de Comunicação: Laboratório de Rádio (02 vagas de estágio), Laboratório de TV (02 vagas de estágio) e Laboratório de Fotografia (02 vagas de estágio), que são utilizadas também por alunos do curso de Comunicação Social: habilitação Jornalismo. Todas as vagas são publicadas em Editais, nos murais da Universidade e pela internet e, assim como as monitorias, os alunos participam de processo seletivo.

A Universidade Católica também destina ao Curso de Publicidade e Propaganda:

- 07 vagas de estágio para serem alocadas na agência Empírica
- 06 vagas de estágio para os laboratórios de rádio, TV e Fotografia (03 para Publicidade e 03 para Jornalismo). Divididas atualmente nas seguintes áreas:

AGÊNCIA EMPÍRICA	NÚMERO VAGAS	TIPO DE ESTÁGIO
Gestão	01	Extracurricular Remunerado – 20H
Assessoria de Comunicação	01	Extracurricular Remunerado – 20H
Atendimento/Planejamento/Mídia	01	Extracurricular Remunerado – 20H
Direção de Criação/Redação	01	Extracurricular Remunerado – 20H
Direção de Arte/Produção Gráfica	01	Extracurricular Remunerado – 20H
Direção de Arte/Web Design	01	Extracurricular Remunerado – 20H
Produção e Eventos/Coordenação	01	Extracurricular Remunerado – 20H



LABORATÓRIOS DE COMUNICAÇÃO	NÚMERO DE VAGAS	TIPO DE ESTÁGIO
Laboratório de Fotografia	01 Publicidade 01 Jornalismo	Extracurricular Remunerado – 20H
Laboratório de TV	01 Publicidade 01 Jornalismo	Extracurricular Remunerado – 20H
Laboratório de Rádio	01 Publicidade 01 Jornalismo	Extracurricular Remunerado – 20H

Para participar da seleção, o aluno deve atender aos seguintes requisitos:

- Preenchimento da ficha de inscrição fornecida pela coordenação de curso;
- Apresentação de fotocópia do histórico escolar (critério de desempate – maior nota)
- Apresentação de fotocópia do diagnóstico da matrícula;

O aluno participante da seleção não pode ter reprovação no currículo e deve apresentar um bom resultado acadêmico nas disciplinas correlatas à função proposta. É imprescindível que o aluno já tenha tido pelo menos 01 (uma) disciplina correlata à função almejada. O período de permanência no estágio é de, (01) um ano, podendo ser prorrogado por mais de (01) um ano.

5.5. Atividades Complementares

As Atividades Complementares, segundo regulamentação da PUC Goiás, são atividades mediante as quais o aluno enriquece sua formação acadêmico-pedagógica. Constituem-se de diferentes atividades representativas do ensino, pesquisa, extensão e atualização.

De acordo com a Deliberação n 4/2009 – CG/CEPEA de 19/08/2009, as Atividades Complementares buscam promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e com a iniciação à pesquisa e ao ensino. Tais tipos de ação pedagógica caracterizam-se como mecanismos de interação do aluno com o mundo do trabalho e de vivência de possibilidades metodológicas, visando à promoção de uma formação complexa. Assim, além das disciplinas típicas e tradicionais da sala de aula e de práticas ditas laboratoriais, segundo o padrão de



turma/docente/horas-aula semanais, podem ser previstas Atividades Complementares, cujas horas serão computadas para efeito de integralização da carga horária total prevista para o Curso, tais como:

- programas especiais de capacitação do estudante (tipo CAPES/PET);
- atividades de monitoria;
- outras atividades laboratoriais além das já previstas no padrão turma/horas-aula;
- atividades de extensão;
- atividades de pesquisa, etc.

O que caracteriza este conjunto de atividades é a flexibilidade de carga horária e modalidades cujo controle é efetuado pelo curso durante o semestre letivo. Esta flexibilidade na carga horária semanal deverá permitir a:

- adoção de um sistema de creditação de horas baseada em decisões específicas para cada caso, projeto ou atividade específica, e em função do trabalho desenvolvido;
- ênfase em procedimentos de orientação e/ou supervisão pelo docente;
- ampliação da autonomia do estudante para organizar seus horários, seus objetivos e seu direcionamento.

O número máximo de horas dedicadas a estas atividades não pode ultrapassar 20% do total do curso, não incluídas nesta porcentagem de 20% as horas dedicadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (ou Projeto Experimental).

As Atividades Complementares compreendem o momento em que o aluno amplia seu processo de formação. A PUC Goiás propõe que essas atividades sejam representativas do ensino, pesquisa, extensão e atualização. Elas devem se estruturar de forma diversificada em: Conferências, Simpósios, Congressos, Seminários, Fóruns, Cursos de Atualização e aperfeiçoamento, Programas e Cursos de Extensão Universitária, Eventos Científico-Culturais, Atividades Voluntárias de Caráter Educativo-Pedagógico, de nível superior, etc.

Essas atividades podem ser desenvolvidas dentro e fora do departamento e até da PUC Goiás e, mais amplamente, em entidades científicas, órgãos governamentais, sindicatos, conselho de classe, etc.

No curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pode ser considerada Atividades Complementares:

- Monitoria;
- Projeto de Pesquisa – Iniciação Científica;
- Projetos de Extensão;
- Seminários, Fóruns e Congressos;
- Simpósios, Conferências e Encontros;
- Cursos de língua estrangeira e de informática, desde que realizados concomitantemente com o curso;
- Cursos de reciclagem.

Para efeito de validação, com o fim de integralizar o currículo do curso, essas atividades devem ser adequadas aos critérios do Departamento e do Regulamento da PUC Goiás. A análise e o aproveitamento dos estudos realizados, semestralmente, em diversas modalidades de atividades ficam a cargo de 2 professores designados pela coordenação do curso.

Considerando critérios da regulamentação da PUC Goiás, em cada semestre, quarenta e cinco dias (45) após o início das aulas, os alunos devem solicitar mediante requerimento de aproveitamento das Atividades Complementares do Semestre anterior, instruído com documentos comprobatórios de frequência, conteúdo e desempenho, tais como: Atestados, Declarações e Certificados (de participação), especificando o tipo de atividade, órgão que promoveu carga-horária, etc. (VIDE REGULAMENTO ANEXO A)

O registro das atividades deve constar em ficha de aproveitamento para identificação das atividades realizadas com as horas respectivas, a serem lançadas, semestralmente, no Registro Acadêmico do Aluno.

5.6. Prova de Língua Estrangeira

O aluno do Curso de Comunicação: Habilitação em Publicidade e Propaganda deverá se submeter a exame de língua estrangeira (inglês, francês ou espanhol). A

prova é aplicada aos alunos de 4º período pelo Católica Idiomas. A média para cumprimento do requisito é 5,0. Caso seja reprovado, o aluno poderá fazer o exame até a conclusão do Curso.

5.7. Trabalho de Conclusão de Curso – Projetos Experimentais

Na Habilitação em Publicidade e Propaganda da PUC Goiás, o Trabalho de Conclusão de Curso se efetiva por meio das disciplinas Projetos Experimentais I e Projetos Experimentais II, oferecidas no 7º e 8º Períodos, respectivamente.

Dentro da proposta de matriz curricular para 2010/1, os discentes devem, em grupos e somente em grupos, não sendo permitida a modalidade “monografia” de caráter individual, idealizar, dentro do conceito de empreendedorismo, o projeto de viabilização de uma empresa na área de comunicação. A partir daí, investigar o problema de comunicação do mesmo e através de uma pesquisa, apresentar o diagnóstico de comunicação. O projeto compreende a composição de marca e desenvolvimento do manual de identidade visual da agência. Este trabalho passará por aprovação em banca, condição básica para a realização da segunda parte e finalização do Projeto, denominado Projeto Experimental II, que acontece no semestre posterior.

Para a realização da seqüência deste projeto, os grupos devem desenvolver planejamento de campanha para o cliente prospectado, criação de peças eletrônicas, gráficas, planilhas de mídia e orçamentos de campanha.

Assim, acredita-se na composição de um trabalho mais consistente, mais próximo da realidade estudada pelo aluno nos semestres que antecedem o projeto. As disciplinas I e II desta nova proposta curricular encontram-se estruturadas de forma a contemplar maior número de orientadores específicos em cada área de atuação. Assim, com uma equipe multidisciplinar à frente do projeto, acredita-se que o trabalho poderá ser cumprido de forma mais abrangente, tanto no aspecto científico, quanto no que diz respeito às adequações das estratégias mercadológicas e publicitárias.



Por se tratar de um trabalho complexo, multidisciplinar, inerente ao trabalho realizado pelo profissional no mercado e entendendo que seu objetivo é simular a prática de mercado, não será permitido desta forma, apresentação de projetos de caráter monográfico. (VIDE REGULAMENTO – ANEXO B)

5.8. Monitoria

O curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Goiás disponibiliza 13 vagas para monitoria aos alunos, mediante processo de seleção. **São 03 vagas de monitoria com bolsa e 10 vagas de monitoria voluntária**, atendendo atualmente ao Laboratório Agência Experimental e o Laboratório de Fotografia, em todos os turnos:

AGÊNCIA EMPÍRICA	NÚMERO DE VAGAS	TIPO DE MONITORIA
Assistente de Criação/Redação	02	Voluntária
Assessoria de Comunicação (Publicidade)	01	Voluntária
Assessoria de Comunicação (Jornalismo)	01	Voluntária
Assistente de Arte	02	Voluntária
Atendimento/Mídia/Planejamento	02	Voluntária
Gestão	01	Voluntária
Produção e Eventos	01	Voluntária
Direção de Criação / Redação	01	Com bolsa
Assessoria de Comunicação / Publicidade	01	Com bolsa
Laboratório de Fotografia	01	Com bolsa

De acordo com edital publicado no site da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (www.pucgoias.edu.br), as inscrições para monitor são realizadas na coordenação do curso de Publicidade e Propaganda, vinte dias antes da realização da prova escrita. Para participar da seleção, o aluno deve atender aos seguintes requisitos:

- preenchimento da ficha de inscrição fornecida pela coordenação de curso;
- apresentação de fotocópia do histórico escolar;
- apresentação de fotocópia do diagnóstico da matrícula;
- ter cursado a disciplina pretendida para a monitoria;



- ter disponibilidade de 08 horas semanais compatíveis com as necessidades da disciplina.

Consta da avaliação:

- prova escrita sem consulta;
- desempenho obtido pelo estudante na disciplina para a qual pleiteia a monitoria;
- avaliação do currículo escolar;
- entrevista.

É aprovado o (a) aluno (a) que obtiver melhor desempenho no processo seletivo. A classificação dos monitores (as) pode ter validade de até 02 (dois) períodos letivos, dependendo da disponibilidade de vagas oferecidas pela coordenação de curso. As vagas de monitoria voluntária equivalem ao certificado de atividades complementares correspondente ao número de horas cumpridas pelo aluno. Já as vagas de monitoria remunerada, além das horas de atividades complementares necessárias para a graduação, correspondem ao valor relativo a 8 horas semanais, calculado conforme estabelece o artigo 2º da portaria N. 0034/2008 GR, que será deduzido a partir da 2ª parcela de cada semestre acadêmico. (VIDE REGULAMENTO ANEXO D)

5.9. Interrelação com a Pesquisa e Extensão

A proposta do currículo de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda se concretizará mediante uma “concepção de ensino que tem a Pesquisa como Princípio Educativo e a Extensão, como *lócus* também de investigação social do conhecimento. A Pesquisa como a Extensão deve ser entendida no curso como dimensões essenciais da vida acadêmica, tanto quanto o ensino-aprendizagem. São atividades intimamente imbricadas numa perspectiva totalizadora, inovadora e complementar à formação na graduação”. (p.11 e 12 do documento orientador para projetos de cursos/UCG, PROGRAD).

Conforme a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei nº 9.394/96, as universidades se caracterizam pela indissociabilidade entre ensino, pesquisa e

extensão. A extensão aponta para uma formação contextualizada, para atualização dos conhecimentos fora dos muros da Instituição. É meio de interação entre teoria e prática durante o curso.

VII. FORMA DE ACESSO AO CURSO

O acesso ao curso ocorre mediante processo seletivo discente – Vestibular realizado semestralmente. O curso de Comunicação Social oferece 200 vagas a cada semestre. Especificamente, 100 vagas para a Habilitação em Publicidade e Propaganda e 100 vagas para Habilitação em Jornalismo.

Vagas remanescentes do Concurso Vestibular são preenchidas por candidatos selecionados via processos de reopção de curso, de transferência de outras instituições e de portadores de diploma de nível superior.

Essas modalidades de ingresso têm período de inscrição e de seleção previstos no calendário acadêmico da instituição.

VIII. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

A avaliação do discente segue as normas estabelecidas para todos os cursos da PUC Goiás. É realizada de forma contínua, por meio de exercícios escolares, arguições, trabalhos práticos, projetos, relatórios, painéis, seminários, pesquisas bibliográficas e de campo, estudos de caso, entrevistas, provas e outras atividades previstas no Projeto Pedagógico do Curso, de modo a garantir a avaliação dos processos de ensino e aprendizagem. São realizadas, no mínimo, quatro avaliações para determinação da nota final de cada disciplina e reservados momentos para comunicação e discussão com os alunos, da sistemática e dos resultados da avaliação. Esses momentos são entendidos como espaços de aprendizado.

Os instrumentos de avaliação são devolvidos aos alunos no prazo máximo de 15 (quinze) dias letivos após sua aplicação, devidamente corrigidos respeitados o término do período letivo previsto no calendário acadêmico.

A avaliação é expressa em graus numéricos de zero a dez, computados até a primeira casa decimal. A nota final (NF) resulta da somatória da N1 (nota resultante do primeiro conjunto de avaliações), com peso 0,4 e a N2 (nota resultante do segundo conjunto de avaliações), com peso 0,6.

Será considerado aprovado em uma disciplina o aluno que obtiver a frequência mínima legal (75%) e Nota Final igual ou superior a 5,0 (cinco).

A concepção que orienta o processo avaliativo considera o aprendizado como resultado da construção do conhecimento e de um comportamento social e ético, mediado pela articulação dos aspectos teórico-práticos na internalização de conhecimentos específicos, no desenvolvimento de habilidades e atitudes com vistas a uma formação profissional de qualidade.

De acordo com o Parecer CNE/CES 492/2001,

a avaliação é periódica e se realiza em articulação com o Projeto Acadêmico do curso sob três ângulos:

- a) Pertinência da estrutura do Curso, observando o fundamento de suas propostas e a adequação dos meios postos em ação para realizá-las;
- b) Aplicação dos critérios definidos pelo colegiado de curso, para a sua avaliação;
- c) Mecanismos de acompanhamento e avaliação externa e interna do próprio curso.

IX. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO PEDAGÓGICO

Seguindo as orientações do Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior (SINAES) e as diretrizes do documento sobre Avaliação Interna da PUC Goiás, elaborado em 2004, a Coordenação do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda vale-se dos seguintes instrumentos de avaliação interna:

- Avaliação on line;
- conselho de Professores e Alunos;
- reuniões bimestrais de congregação.
- reuniões quinzenais de colegiado - NDE

O Núcleo Docente Estruturante do Curso também se baseia na Avaliação Externa (ENADE, Comissões de Especialistas) para realizar o contínuo processo de avaliação do Projeto Pedagógico, de modo a manter a coerência com o paradigma da Pontifícia Universidade Católica de Goiás e com o Marco Referencial, Fundamentos do Currículo, Objetivos e Perfil que o presente Projeto prevê para o egresso do curso.

A Comissão Auxiliar de coordenação também exerce um papel fundamental na execução e no planejamento das ações.

Considerando o que foi exposto, a auto-avaliação deste curso é contínua e permanente, devendo constituir-se numa cultura internalizada nas estruturas e nas ações institucionais entre todos os atores envolvidos no processo de formação e execução do Curso.

9.1 Processos de Tutoria e Nivelamento

Dando continuidade à avaliação processual, fez-se um levantamento de prioridades que devem ser consideradas para a melhoria das condições dos alunos para acompanhar as disciplinas e eventos do Curso. Este levantamento tem indicado ações que possibilitem ao aluno superar os obstáculos ao processo de aprendizagem, entre os quais:

- minimizar a dificuldade de leitura;
- melhorar as condições de expressão escrita e verbal dos alunos;
- incentivar hábitos de leitura e produção de textos;
- reforçar a autonomia e a autoria de pensamento;
- exercitar as habilidades de análise, síntese e avaliação;
- ampliar as atividades práticas em laboratórios;
- criar um programa de atendimento e acompanhamento tutorial para os alunos.

A consciência pedagógica, o envolvimento e a capacidade profissional dos professores deverão ser estimulados para que se efetivem as mudanças necessárias e sejam estimulados os vínculos entre a Habilitação em Publicidade e Propaganda e as outras áreas da Instituição.



X. ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS

Com a finalidade de buscar elementos para subsidiar o processo de aperfeiçoamento continuado da proposta curricular do curso, a Instituição desenvolve um programa de acompanhamento de egressos. Esta, entre outras ações, promove encontros anuais com os egressos do curso, nos quais são realizadas palestras, depoimentos, troca de experiências e momentos de confraternização, com a participação do corpo docente e discente.

Tal como tem sido a prática de eventos semelhantes em outros cursos da Instituição, a oportunidade enseja as condições para a distribuição de um questionário com a finalidade de diagnosticar a situação atual dos egressos e suas críticas e sugestões para o aprimoramento do Curso.

Assim, os encontros de egressos acontecem de forma semestral, durante o Prêmio Galo da Propaganda.

XI. INSTALAÇÕES FÍSICAS E RECURSOS MATERIAIS

O Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda funciona no Campus V, situado à Avenida Fued José Sebba nº 1184 - Jardim Goiás, onde também está instalada a Habilitação em Jornalismo e o curso de Direito.

É formado por dois blocos de salas de aula e laboratórios, com 9.122,84m² (Bloco A) e 8.897,75m² (Bloco B), bloco da administração com 1.541,24m², Posto de Atendimento da Biblioteca Central com 783,41m², centro de convivência com 394,90m² e Teatro com capacidade para 600 pessoas, com área de 1.043,54m², totalizando 21.783,68m² de área construída e estacionamento proporcional à área construída.



Salas de aula

O curso de Publicidade e Propaganda conta com 16 salas com 70,00m² cada / capacidade para 60 alunos / ar-condicionado / persianas / carteiras almofadadas para destros e canhotos / mesa e cadeira para professor / lixeira / quadro negro e magnético / limpeza nos três turnos / iluminação e ventilação natural / iluminação artificial com lâmpada fluorescente luz do dia.

Instalações administrativas

A Secretaria Setorial possui: 93,07m² de área / 13 computadores / ar-condicionado / persianas / mesas orgânicas / 20 armários com prateleiras e portas / 18 cadeiras almofadadas / lixeiras / limpeza nos três turnos / iluminação e ventilação natural / iluminação artificial com lâmpada fluorescente luz do dia. A Secretaria Setorial funciona com 08 guichês de atendimento ao aluno / 32 cadeiras de espera / 15 estações de trabalho.

Instalações para docentes

A sala dos Professores possui: 89,17m² comum aos professores dos cursos lotados nesse Campus / mesa com 48 lugares / cadeiras almofadas / escaninhos individuais com chave / 03 computadores / 04 sofás / instalações sanitárias masculina e feminina / ar condicionado / persianas / lixeira / limpeza nos três turnos / iluminação e ventilação natural / iluminação artificial com lâmpada fluorescente luz do dia.

Instalações para a coordenação do curso

- Sala de Coordenação – 21,14m² / ar-condicionado / persianas / mesas orgânicas / armários com prateleiras e portas / cadeiras almofadadas / lixeira / limpeza nos três turnos / iluminação e ventilação natural / iluminação artificial com lâmpada fluorescente luz do dia.

- Sala de Reuniões – 24,65m² / ar-condicionado / persianas / mesa de reuniões para 18 pessoas / cadeiras almofadadas / lixeira / limpeza nos três turnos / iluminação e ventilação natural / iluminação artificial com lâmpada fluorescente luz do dia.

Auditório/sala de conferência

02 Auditórios com 141,34m² cada / capacidade para 100 alunos / tela de projeção retrátil / ar condicionado / persianas / mesa e cadeira para professor / carteiras almofadadas / lixeira / limpeza nos três turnos / iluminação e ventilação natural / iluminação artificial com lâmpada fluorescente luz do dia.

- 01 Teatro com 1043,54 m² com capacidade para 600 pessoas / plateia inferior e superior / dotado de todos os equipamentos necessários para seu perfeito funcionamento.

Instalações sanitárias

Cada unidade do conjunto possui 14,82m² e 2,24m² o Box adaptado / os Blocos de salas de aula denominados A e B, possuem 02 baterias de instalações sanitárias masculinas e 02 baterias femininas e 04 boxes adaptados por pavimento, totalizando 10 conjuntos por bloco / azulejados até o teto / bancadas em granito / piso em cerâmica / espelhos / toalheiro / saboneteira / assentos sanitários / limpeza nos três turnos O bloco administrativo possui 06 instalações sanitárias por pavimento.

Condições de acesso para portadores de necessidades especiais

Toda área externa e acessos ao interior possuem rampas com piso antiderrapante. Para acesso aos pavimentos superiores, todos os blocos possuem elevadores / todas as portas das salas de aula e laboratórios são de 90 cm de largura.

Infra-estrutura de segurança

O prédio dispõe de 3 postos de segurança, com 4 seguranças em cada um. Dois funcionam interruptamente, 24 horas e o do estacionamento, 18 horas. A vigilância é terceirizada. Além disso, há uma segurança interna que é feita por funcionários da própria Instituição.

Biblioteca

O curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda conta com a Biblioteca Central, situada na área I do Campus I, e com um posto de atendimento setorial, localizada no Campus V, onde o Curso está sediado. Em ambas, o acervo disponível, tanto em relação às obras de formação geral como específica, é atualizado e atende à demanda do Curso. A Biblioteca Central possui 05 pavimentos, com área total de 4.339,10m² / servida por dois elevadores / 01 conjunto de sanitários masculino e feminino com Box adaptado em cada um.

- Instalações para o acervo

O acervo geral ocupa uma área de 931,09m² / 171,23m² para o acervo de referência / 49,44m² para o acervo de reserva.

- Instalações para estudo individual

As instalações para estudo compreendem 209,40m² para o estudo individual / 369,00m² para o estudo coletivo / 42,00m² para o estudo em grupo / 86,29m² para laboratório para Internet / 170,30m² para sala de multimídia / 81,97m² para sala de projeções.

Posto de Atendimento da Biblioteca Central – Campus V

Possui 02 pavimentos com área total de 783,41m² / 01 conjunto de sanitários masculino e feminino, com box adaptado no pavimento térreo.

- * Instalações para o acervo

O acervo geral ocupa uma área de 192,97m².

- * Instalações para estudo individual

As instalações para estudo compreendem 35,37m² para o estudo individual / 200,05m² para o estudo em grupo / 19,67m² destinados ao laboratório com Internet.

- Serviço de audiovisual

- * Espaço físico

Localizado em uma Sala do Bloco A, do Campus V, possui uma área de 47,50m².

Equipamentos:

- TV 20" – 12 unidades



- DVD – 03 unidades
- Projetor Multimídia – 06 unidades
- Vídeo Cassete – 07 unidades
- Microsystem (som) – 06 unidades

Além desse acervo, o sistema de consulta pode se servir da biblioteca virtual do Programa Comunidade Virtual de aprendizagem – Rede das Instituições Católicas de Ensino Superior – CVA – RICESU. O acesso pode ser feito no link da página da PUC Goiás ou do Centro de Educação Aberta e a Distância – CEAD da PUC Goiás. As bibliotecas dispõem ainda de material de referência tais como: periódicos, bases de dados específicas, jornais e revistas.

Ambiente do Curso

O ambiente que abriga o curso conta com amplas salas de aula, sala para coordenação e secretaria e salas ambiente que sediam os vários laboratórios específicos e cenários estruturados de forma a propiciar a formação profissional do aluno.

Além dos ambientes específicos, os alunos usufruem de amplo espaço de convivência e lazer, próprios para manifestações culturais que ocorrem com frequência.

Laboratórios de Comunicação e Equipamentos

- Formação Geral Básica:

- 5 laboratórios de informática que atendem a todos os cursos do Campus.

Cada Laboratório contém computadores que são providos de softwares específicos da Área gráfica, Área de Web, Área Administrativa, está ligada à Internet e ocupam uma área de 70m² cada. Os Laboratórios de Informática são utilizados na execução de práticas profissionais e disciplinas que necessitam de complementação prática. Como existe rede Wireless em todo Campus V, os alunos cadastram seus computadores

peçoais, na rede acadêmica e acessam em toda área interna, pois foram instaladas 3 antenas de transmissão, seja no pátio, sala de aula, laboratórios e estacionamento.

Produção Publicitária & Produção Jornalística

Como o objetivo de proporcionar aos alunos de Comunicação Social: habilitação em Publicidade e Propaganda e Habilitação em Jornalismo uma formação adequada, condizente e próxima às perspectivas do mercado foram adquiridos os softwares necessários para equipar todos os laboratórios de informática do Campus V. Os Laboratórios de produção são utilizados na execução de práticas profissionais e disciplinas que necessitam de complementação prática.

São 3 laboratórios, equipados com ar-condicionado, televisor 29 polegadas, providos de 26 computadores (1 GB/128 MB/HD 40), todos conectados à Internet. Cada sala ocupa uma área de 70m². Todos estão localizados no térreo do Bloco A – Campus V. São eles:

- **LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE VÍDEO E ÁUDIO** - 26 computadores (1 GB/ 128 MB/ HD 40) – destinado às práticas de edição de vídeos comerciais, documentários e Telejornais, bem como edição de propagandas, programas jornalísticos, jingles, spots e vinhetas realizadas nos estúdios de Gravação.

Software instalado: Pacote Adobe Creative Suite 3 Production Premium

Programas instalados: After Effects CS3 Professional, Adobe Premiere Pro CS3, Photoshop CS3 Extended, Flash CS3 Professional, Illustrator CS3, Soundbooth CS3, Encore CS3 *, Adobe Bridge CS3, Adobe Device Central CS3, Acrobat Connect *, Dynamic Link, Plus, Adobe OnLocation CS3 *, Ultra CS3 *

- **LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO GRÁFICA** - 26 computadores (1 G/ 128 MB/ HD 40) – destinado às práticas de produção gráfica publicitária e jornalística, bem como a criação e Layout de Jornais, House Organ, materiais gráficos publicitários, entre outros

Software instalado: Pacote Adobe Creative Suite 3 Design Premium



Programas instalados: InDesign CS3, Photoshop CS3 Extended, Illustrator CS3, Flash CS3 Professional, Dreamweaver CS3, Acrobat 8 Pro, Adobe Bridge CS3, Version Cue CS3, Adobe Device Central CS3, Acrobat Connect

- **LABORATÓRIO DE WEB DESIGN** - 20 computadores (1 G/ 128 MB/ HD 40) – destinado à criação e desenvolvimento de web sites comerciais e materiais de web jornalismo

Software instalado: Pacote Adobe Creative Suite 3 Web Standard

Programas instalados: Dreamweaver CS3, Flash CS3 Professional, Fireworks CS3, Contribute CS3, Adobe Bridge CS3, Version Cue CS3, Adobe Device Central CS3, Acrobat Connect *

Localização dos laboratórios de Informática no Campus V:

- Térreo do Bloco A – Laboratórios de Web Design, Laboratórios de Produção de Áudio e Vídeo, e Laboratório de Produção Gráfica

Formação Profissionalizante Específica:

- LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO

Com o objetivo de proporcionar aos alunos de Comunicação Social: habilitação Publicidade e Propaganda uma qualificação profissional multidisciplinar e prepará-los às práticas do mercado de Agência de Propaganda, Produção Publicitária e Assessoria de Comunicação foi idealizado o laboratório de comunicação da PUC Goiás. Trata-se de um ambiente de 140m² dividido em 10 salas para a execução de práticas profissionais, incluindo oficina de Design e Sala espelhada para a realização de Pesquisas Qualitativas. Disciplinas que necessitam complementação prática, como pesquisa de opinião e mercado, direção de arte, mídia, atendimento, produção, utilizam os espaços nos horários das aulas. Orientações de Estágio e Projetos Experimentais I e II acontecem também dentro do Laboratório de Comunicação,



especificamente junto ao CEDOC - Centro de Documentação do Curso, sala onde ficam expostos, à disposição dos alunos, os trabalhos que mais se destacaram em semestres anteriores, sejam de práticas profissionais, projetos experimentais ou de estágio. O Laboratório funciona nos períodos: matutino (de segunda a sábado) e noturno (de segunda a sexta) sob a supervisão do técnico Eduardo Rodrigues da Cruz.

- AGÊNCIA EMPÍRICA DE COMUNICAÇÃO

A Agência Empírica de Comunicação é muito mais que um Laboratório Experimental. É uma agência de comunicação integrada, pois oferece aos seus onze atuais clientes, incluindo a própria Universidade, muito mais que criatividade. Além da agência, composta por departamentos e áreas bem definidas, como: Planejamento estratégico, atendimento, criação e mídia, no mesmo local funcionam também um núcleo de Assessoria de Comunicação e de Pesquisa Mercadológica. Utiliza o mesmo espaço físico do Laboratório de Comunicação, porém no período vespertino, de segunda a sexta-feira das 14h às 18h. São ao todo 08 estagiários e 07 monitores que desenvolvem trabalhos nos departamentos específicos. O ambiente é dividido em: Recepção, Atendimento e Tráfego, Criação e Arte, Planejamento e Pesquisa, Produção de Eventos e Mídia, Sala de Reuniões, Sala Espelhada para a execução de Pesquisa Qualitativa (grupos focais), Observatório de Pesquisa e Oficina de Design. Enfim, todos os ambientes simulam os departamentos de uma grande Agência de Comunicação Integrada. As informações sobre a Agência Empírica de Comunicação estão disponibilizadas também no website: www.galonews.com/empirica.

Equipamentos:

1- Móveis e equipamentos para escritório:

- 10 Armário com 2 portas
- 02 Arquivo de metal com 4 gavetas
- 03 Mesa redonda
- 06 Estação de trabalho



- 05 Mesa/ rack para computador
- 18 Cadeiras estofadas azuis sem rodinha
- 19 Cadeiras estofadas azuis com rodinha
- 06 Lixeira de plástico verde com tampa preta
- 01 Lixeira de plástico grande furada branca
- 07 Aparelhos telefônicos Siemens Euroset 3005
- 01 Armário com 2 portas baixo
- 01 Armário de metal com 2 portas
- 01 Banco estofado azul com 3 assentos
- 01 Telefone - fax Panasonic
- 01 Cavalete de madeira
- 01 Mesa com 3 gavetas
- 01 Mesa grande para reunião com 8 lugares
- 01 Quadro branco
- 01 Mesa de Corte
- 01 Guilhotina:
- 01 Armário horizontal com 2 portas corrediças
- 01 Armário horizontal embaixo da pia com 2 portas corrediças
- 18 pontos de Lâmpadas fluorescentes

2- Equipamentos de informática:

- 01 Impressora Epson Stylus Color 1520
- 01 Impressora HP Laserjet 1020
- 16 Monitor Samsung 15'
- 01 Scanner HP Scanjet 5550C
- 15 Mouse
- 15 Teclado
- 01 Winzip Iomega Zip 250
- Computadores

Descrição dos equipamentos: 18 máquinas, sendo 9 computadores ACER com processador Pentium III 933MHz e placa mãe Acer VT5100 e 8 com HD Seagate de 20GB e 1 com HD Maxtor de 40GB, sendo 5 com 128Mb-133MHz de memória e 3 computadores de 64Mb-133MHz, scanner de mesa, 1 impressora Laser, 1 Impressora jato de tinta, 1 HP Designjet 500.

- LABORATÓRIO FOTOGRÁFICO: DIGITAL

Ambiente de Estúdio com 140m² para Laboratório Digital - destinado às atividades práticas da Disciplina de Fotografia, Práticas de Estúdio Fotográfico e Fotojornalismo. O Laboratório de Fotografia instalado no Campus V é utilizado no processo de ensino-aprendizagem de produção fotográfica, por cerca de 200 estudantes dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda, por semestre. É constituído por máquinas fotográficas digitais (09) e analógicas (11), com 26 objetivas de diversas milimetragens e 05 flashes. Além disso, há um laboratório digital para o tratamento de imagens, com 09 computadores Pentium e um Celeron com monitores de 15.

Localização: Campus V, Bloco A Térreo.

Equipamentos:

- 09 Computadores Pentium 4 2.3 Ghz Hd 40 Gb 256 Mb RAM Monitor 15"
- 01 Computador Celeron 2.0 Ghz Hd 40 Gb 256 Mb RAM Monitor 15"
- 01 Impressora HP Color para impressão A3
- 10 Estabilizadores de tensão APC Line
- 01 Scanner de mesa
- 11 Mesas para micro base de ferro 90x70 cm
- 12 Cadeiras fixa base de ferro estofada
- 01 Cadeira giratória estofada
- 01 Quadro de cortiça para aviso
- 01 Armário de fórmica de parede alto com 4 portas de correr
- 01 Armário em fórmica de parede alto com 6 portas (2 de correr e 4 de abrir)
- 01 Mesa operacional em L
- 14 lanternas de segurança (monocromáticas)



- 02 cronômetros de parede
- 10 Ampliadores Ampligraf Incaf
- 10 Ampliadores Opemus 6 Standard
- 08 temporizadores Timer Ranger
- 08 temporizadores Graf Incaf
- 02 bacias de lavagem de fotos 60x70cm
- 10 margeadores para fotos S&K Mak of Quality
- 02 cortadores de papel (guilhotina)
- 03 banheiras 24x30 cm
- 03 banheiras 30x40 cm
- 01 banheira 50x60 cm
- 02 tanques 7 litros para armazenar químicos
- 01 tanque de parede nivelado para revelador de papel Vikor
- 01 tanque de parede nivelado para revelador de filme Vikor
- 01 tanque de parede nivelado para fixador
- 01 estufa para secagem de negativos e fotos
- 02 tanquinhos para revelação de médio formato
- 10 Beckers plástico 1 litro
- 01 suporte para fundo infinito
- 01 aquário com suporte de ferro
- 02 bases de ferro para acrílico
- 01 mesa base ferro tampo fórmica
- 01 tripé girafa Atek
- 06 pedestais para luz contínua
- 01 Flash Atek System Master 200 – com pedestal
- 02 Flashes Atek System Master
- 01 Flashes Atek 160 Plus
- 03 Refletores Luz contínua Atek
- 05 tripés para câmera TRON VPT10
- 02 tripés para camera Professional TRIPOD F6306



- 02 Flashes Mako Compact 300 Plus
- 02 Hazelight 50x50 cm
- 02 Soft Boxes
- 02 Sombrinhas
- 02 Rebatedor
- 09 Câmeras Analógicas Pentax MZ-50 com objetivas 35-80mm
- 05 Câmeras Analógicas Nikon FM10
- 01 Câmera Médio Formato Pentax 67II
- 01 Objetiva Pentax 67II - 105mm F2.4
- 05 Objetivas Sigma para Nikon 70-300mm
- 07 Câmeras Digitais Cannon EOS 300D Rebel – Kit
- 01 Objetivas Cannon 28-105mm
- 01 Objetivas Cannon 15mm “olho de peixe”
- 02 Objetivas Vivitar 70-210mm
- 01 kit Filtro close-up 49mm
- 01 sapatas para sincronismo
- 02 Rádios Flash para sincronismo
- 02 cabos disparador Pentax
- 05 Flashes de câmera Sigma EF500
- 01 Flash de câmera Atek
- 01 leitora de memory card Scandisk
- 05 Memory Cards 128 Mb
- 02 Rebobinadores de Filme

- LABORATÓRIO DE RÁDIO E DE TV:

Laboratório de Comunicação Social Domiciano de Faria (Rádio e TV)

Os laboratórios de Rádio e de TV são utilizados pelos alunos dos cursos de Comunicação Social: Habilitação Publicidade e Propaganda e Habilitação em Jornalismo. Em média, 1200 alunos, por semestre passam, pelos dois laboratórios que ocupam o mesmo espaço físico de aproximadamente 350 m², divididos em: 1 Estúdio



de 180 metros quadrados, 2 sala de edição de vídeo, 1 sala de corte de vídeo, 3 cabines de off, 1 estúdio de produção e edição de rádio, 1 camarim e 1 depósito.

O laboratório atende prioritariamente as Habilitações de Jornalismo e Publicidade Propaganda. A Agência Experimental Empírica Comunicação, a ASCOM e o CEAD também utilizam a estrutura dos laboratórios para o desenvolvimento de alguns projetos, assim como alguns outros cursos da Pontifícia. Este conjunto laboratorial é integrado ainda por um estúdio de gravação com 20m² destinado às atividades práticas das disciplinas de Criação e Produção em Rádio

Localização:

Campus V, área I, bloco A, sala 06.

Entre os equipamentos de Rádio destacam-se:

- 02 Mesas de áudio de 16 canais,
- 01 Mesa de áudio de 8 canais,
- 02 Microfones de punho (1 Shure e 1 AKG),
- 04 Fones de ouvido AKG,
- 03 Canoplas para microfone,
- 02 Microfones lapela sem fio de mesa Stenhaiser,
- 03 Microfones lapela sem fio portátil Sony,
- 03 Baterias p/ PD-170,
- 01 Tripé para PD-170,
- 02 Amplificadores,
- 02 Distribuidores de microfone,
- 02 MD's Players,
- 01 CD Player,
- 01 Mesa de corte de vídeo analógica Panasonic,
- 01 Mesa de luz de 48 canais,
- 04 Dimer Box de 12 canais cada,
- 01 Monitor de externa a bateria Sony,
- 07 Monitores Philips 12 polegadas,
- 01 Microfone de mesa,



- 01 Sistema de som p/ computador,
- 01 Tape K-7,
- 01 Distribuidor de fone de ouvido,
- 01 MD Player, 1 CD Player,
- 01 Amplificador,
- 03 Microfones B-2 de mesa,
- 01 Microfone AKG de punho,
- 01 Mesa de áudio 24 canais,
- 04 Caixas de som JBL,
- 01 Computador Celeron – p/ edição de áudio,
- 02 Suportes de microfone de mesa,
- 03 Suportes de microfone pedestal
- 03 Fones de Ouvido AKG,
- 10 gravadores K-7,
- 05 Gravadores digitais,
- 01 Amplificador WATTSON 3000,
- 02 Microfones B-2 de mesa,
- 08 Datasync,
- 01 Mesa de som de 6 canais,
- 04 Fones de ouvido para gravador digital,
- 05 Controles remotos para gravador digital,
- 02 Transformadores para amplificador

Entre os equipamentos de TV destacam-se:

- 12 Spots de luz de estúdio,
- 01 escada de estúdio,
- 01 tv 29 polegadas,
- 01 Switcher de intervalo vertical,
- 01 Microfone de vara direcional com Boom,
- 02 Rebatedores de luz,



05 estações de trabalho,

03 Bancadas,

02 Kit's tele prompter,

03 ilhas digitais, sendo: 1 Ilha de edição com placa de vídeo Matrox, 1 Ilha de edição sistema AVID e 1 Ilha de edição com o programa Adobe Premier,

02 Câmeras AG-DVC 200 DV-CAM,

02 Câmeras PD-170,

03 Vídeos Tape digitais MiniDV/ DVCAM Sony DSR-45,

01 Vídeo Tape digital MiniDV/ DVCAM Sony DSR-11,

14 varas de luz de estúdio,

01 Kit de iluminação externa,

01 Kit de iluminação para repórter,

01 Par de Luz Fria,

02 Tripés de luz.

Obs: Todos os Laboratórios de formação específica atendem os alunos na execução dos Projetos Experimentais I e II.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. DOCUMENTOS

1. FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE GRADUAÇÃO DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS. Editora Universitária, Recife, 2003.
2. REFERENCIAL PARA AS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS. Parecer nº 67/2003, CNE/CES.
3. PROJETO DE AUTO-AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL, Comissão Própria de Avaliação, UCG, 2005.
4. Documento Base do Projeto UCG, 1986.
5. MINISTÉRIO DA SAÚDE, SUS, PROFAE. **Formação de formadores: a nova docência.** Brasília, janeiro 2002.
6. UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS. **Plano Estratégico de Gestão Participativa**, 2004/2010.
7. _____, **Política de Extensão**, 2005.
8. _____, PROGRAD. Projeto Político Pedagógico dos Cursos de Graduação da Universidade Católica de Goiás, orientações para a Construção. Goiânia, jun., 2003.

2. REVISTAS

1. UNIVERSIDADE, UCG. Ano II, nº 2, jul., 2005.
2. ENSAIO, nº 45, vol. 12, out./dez., 2004.

3. LIVROS

1. ANTUNES, Ricardo. Trabalho e precarização numa orem neoliberal. In: GENTILI, Pablo; FRIGOTO, Gaudêncio. **A cidadania negada, políticas de exclusão na educação e no trabalho.** São Paulo: Cortez; Clacso, 2001.
2. BECKER, Fernando. **Educação e construção do conhecimento.** Porto Alegre: Artmed 2001.

3. BIRGIN, Alejandra. La docência como trabalho: la construcción de nuevas pautas de inclusión/exclusión. In: GENTILI, Pablo; FRIGOTO, Gaudêncio. **A cidadania negada, políticas de exclusão na educação e no trabalho**. São Paulo: Cortez; Clacso, 2001.
4. CORREIA, João Carlos. **O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público**. Universidade da Beira Interior – artigo – (www.bocc.ubi.pt)
5. CUNHA, Maria Izabel. **O professor universitário na transação de paradigma**. Araraquara: GM, 1998.
6. DEL PINO, Mauro. Política educacional, emprego e exclusão social. In: GENTILI, Pablo; FRIGOTO, Gaudêncio. **A cidadania negada, políticas de exclusão na educação e no trabalho**. São Paulo: Cortez: Clacso, 2001.
7. _____. **Educação trabalho e novas tecnologias**. Pelotas: U.F. Pelotas, 1997.
8. DEMO, Pedro. **A cidadania tutelada e a cidadania assistida**. Campinas, SP: Papyrus; Autores Associados, 1995.
9. _____. **Educação e qualidade**. Campinas: Papyrus.
10. FALEIRO, Marlene de Oliveira Lobo. “O público e o privado na educação”. In: **Revista Universidade e Sociedade**. A. VIII, nº 15, fev. 1998.
11. FOSTER, Marie et al. “Construindo um processo avaliativo na PUC-RS 1987/1990”. Ed. Pucro, **Caderno SEDIPE** nº 2.
12. GENTILI, Pablo; FRIGOTO, Gaudêncio. **A cidadania negada, política de exclusão na educação e no trabalho**. São Paulo: Cortez; Clacso, 2001.
13. HERNÁNDEZ, Fernando. **Transgressão e mudança na educação: os projetos de trabalho**. Trad. Jussara Haubert Rodrigues. Porto Alegre: Artmed, 1998.
14. HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C. e FRANÇA, V. V. (Orgs.). *Teorias da comunicação/Conceitos, escolas e tendências*. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2003. (p.187-240).
15. JUNIOR, João dos Reis Silva. “Reformas educacionais: reconversão produtiva e a constituição de um novo sujeito”. In: GENTILI, Pablo; FRIGOTO,

- Gaudêncio. **A cidadania negada, políticas de exclusão na educação e no trabalho**. São Paulo: Cortez; Clacso, 2001.
16. LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**. São Paulo: Cortez, 1995.
17. _____. **Organização e gestão da escola: teoria e prática**. 3. ed. Goiânia: Alternativa, 2001.
18. LIBÂNEO, José Carlos; OLIVEIRA, João Ferreira de; TOSCHI, Mirza Seabra. **Educação escolar: políticas, estrutura e organização**. São Paulo: Cortez, 2003. – (Coleção Docência em Formação).
19. LUCKESI, Cipriano et al. **Fazer universidade: uma proposta metodológica**. São Paulo: Cortez, 2000.
20. _____. **Filosofia da educação**. São Paulo: Cortez, 2000.
21. MACHADO, Nelson José. **Epistemologia e didática**. São Paulo: Cortez, 1995.
22. MARTINS, Rosita Barros; VEIGA, Ilma A. **Escola: espaço do projeto político pedagógico**. Campinas: Papirus.
23. MASETTO, Marcos. **Docência na universidade**. Campinas: Papirus, 2004.
24. SANTOS, Márcia M. Capellano. **Projeto Pedagógico: subsídios para elaboração e avaliação**. Caxias do Sul, EDUCS, 1999.
25. SAMPER, Alicia Frantin. **Projectos educativos, institucionales y aula**. Buenos Aires, Alternativas Educativas, 1998.
26. SILVA, Tomaz Tadeu da. “A nova direita e as transformações na pedagogia da política e na política da pedagogia”, In GENTILI, Pablo, SILVA, Tomás Tadeu, **Neoliberalismo, qualidade total e educação**. Petrópolis, Vozes, 1994.
27. VASCONCELLOS, Celso dos S. **Planejamento – Plano de Ensino – Aprendizagem e Projeto Educativo: elementos metodológicos para a elaboração e realização**. S. Paulo, Cadernos Libertad, 1995.
28. _____. **Planejamento: Projeto de Ensino-Aprendizagem e Projeto Político-Pedagógico – elementos metodológicos para elaboração e realização**. 7ª ed. São Paulo: Libertad, 2000. – (Cadernos Pedagógicos do Libertad; v. 1).



PESQUISA BIBLIOGRÁFICA NA INTERNET

www.bocc.ubi.pt

www.utp.br/cursos/facsa/Jo.asp

www.anaceu.org.br/legislacao/pareceres_CNE/parecer_45html

www.unipinhal.edu.br/publicidade/index.php

www.univila.br/index.php

www.labjor.unicamp.br

www.multirio.rj.gov.br/RIOMIDIA/por_entrevista_home_topo

www.portcom.intercom.org.br/index.php

www.ubm.br/ubm/paginas/cursos/graduacao/cs/cs

www.unb.br/portal/graduacao/cursos/sobre/com_social.php

www.ufsm.br/03docs/diversos/pedagogico/resolucao.html

Anexo A

Regulamento das Atividades Complementares

Deliberação n 4/2009 – CG/CEPEA de 19/08/2009

Art. 1º - As AC, mediante as quais o aluno enriquece e aprofunda sua formação acadêmico-pedagógica em perspectiva multidisciplinar, constituem-se de diferentes atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Parágrafo Único – O Projeto Pedagógico de cada Curso determina a quantidade de horas de AC necessárias para integralização do Currículo Pleno. As AC devem ser realizadas e comprovadas de acordo com os critérios estabelecidos neste Regulamento.

Art. 2º - As atividades de ensino, pesquisa e extensão, que podem ser realizadas e comprovadas como AC, são as seguintes:

I – Participação em Eventos Científicos e Culturais, tais como Conferências, Simpósios, Congressos, Seminários, Fóruns, relativos à Área Específica do Curso;

II – Participação em Eventos Científicos e Culturais, tais como Conferências, Simpósios, Congressos, Seminários, Fóruns, relativos a outras Áreas de Conhecimento;

III – Participação em Cursos de Atualização e Aperfeiçoamento, Programas e Cursos de Extensão Universitária, relativos à Área Específica do Curso;

IV - Participação em Cursos de Atualização e Aperfeiçoamento, Programas e Cursos de Extensão Universitária, relativos a outras Áreas de Conhecimento;

V – Participação em apresentações públicas de Monografias, Dissertações, Teses Universitárias, Relatórios de Pesquisa e outros tipos de trabalhos científicos, relacionados à Área Específica do Curso;

VI – Exercício de Monitoria em disciplinas do Curso;

VII – Participação em projetos de Iniciação Científica e de Pesquisa, na qualidade de aluno pesquisador, bolsista ou colaborador, realizados sob orientação de docentes, com ou sem apoio financeiro institucional;

VIII – Cursos livres de idiomas e informática;

IX – Participação em atividades voluntárias relacionadas à Área Específica do Curso.

§ 1º - Os projetos de pesquisa a que se refere o inciso VII, quando realizados sem o apoio financeiro institucional, devem inserir-se numa das linhas de pesquisa instituídas nos programas de graduação ou pós-graduação da Universidade.

§ 2º - A carga horária, relativa aos incisos I e II, será contabilizada em dobro quando o aluno assumir o papel de apresentador/expositor.

Art. 3º - As atividades apresentadas para cumprimento das horas de AC deverão estar distribuídas em, pelo menos, quatro das categorias elencadas no art. 2º deste Regulamento e pelo menos 50% destas atividades devem estar relacionadas à Área Específica do Curso.

Art. 4º - Recomenda-se a realização gradativa das AC ao longo da duração do Curso. Parágrafo Único – Atividades realizadas pelos alunos antes do ingresso no Curso poderão ser aproveitadas, caso atendam às disposições deste Regulamento, até no máximo de 20% das horas de AC previstas no Projeto Pedagógico.

Art. 5º - A análise e o aproveitamento das atividades realizadas pelos alunos para as AC, considerados os critérios indicados neste Regulamento, ficam a cargo da Coordenação do Curso.

§ 1º - Em cada semestre, os alunos apresentarão, atendendo ao calendário da Unidade Acadêmica, um requerimento de aproveitamento das AC realizadas no semestre anterior, instruído com documentos comprobatórios de frequência, conteúdo e desempenho, tais como:

- a) programação do evento, carga horária, relatórios;
- b) atestados, declarações e certificados.

§ 2º - A Coordenação do Curso poderá exigir outros documentos, se considerar insuficientemente instruído o requerimento de aproveitamento de que trata o parágrafo anterior.

Art. 6º - O aproveitamento das AC será registrado eletronicamente, identificando as atividades e as horas equivalentes, a cada semestre pela secretaria do Curso. Parágrafo Único – Os documentos comprobatórios, após avaliação e registro, serão devolvidos aos alunos.

Art. 7º - Os casos omissos serão analisados e resolvidos em 1ª instância pela Coordenação do Curso, ouvidas, se necessário, a Direção da Unidade Acadêmico-Administrativa e a Pró-Reitoria de Graduação.

Art. 8º - Esta deliberação entra em vigor a partir da presente data.

Art. 9º - Registre-se. Cumpra-se. Divulgue-se.

Goiânia, 19 de agosto de 2009.

ANEXO C

REGULAMENTO DE MONITORIA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO NA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS – PUC GOIÁS

I - DAS DIRETRIZES

Art. 1º A monitoria na PUC Goiás é regulamentada pela Instrução Regimental nº. 01/99, tendo por referência a Lei nº. 9.394/96/(Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional).

Art. 2º São objetivos da Monitoria:

- a) aprofundar conhecimentos teórico-práticos na área ou disciplina a que estiver ligado o monitor;
- b) contribuir na formação dos estudantes para o exercício de atividades vinculadas ao magistério;
- c) intensificar a cooperação entre estudantes e professores nas atividades de ensino, pesquisa e extensão;

II - DA NATUREZA

Art. 3º A monitoria caracteriza-se como um processo acadêmico-educativo, cujas atividades são realizadas na PUC, de forma conjunta professor/aluno, vinculada a uma disciplina e/ou núcleo de disciplinas, laboratórios, centros, institutos ou outras unidades acadêmicas.

§1º A monitoria ocorre mediante duas modalidades:

- a) monitoria com Bolsa de Estudo;
- b) monitoria sem direito a Bolsa de Estudos;

§2º Para exercer a monitoria o aluno deverá ter cursado com bom desempenho acadêmico a disciplina e/ou ter o domínio dos conteúdos das áreas do conhecimento necessários para a monitoria.

Art.4º O monitor em exercício da monitoria com bolsa terá direito ao desconto equivalente a 12 créditos, categoria I, a partir da 2ª parcela de cada semestre acadêmico.

Art.5º O monitor terá que dedicar 12 horas semanais às atividades de monitoria, não podendo acumular essa bolsa com outras, oferecidas pela UCG.

Art. 6º As atividades relativas à monitoria deverão ser planejadas, executadas, supervisionadas e avaliadas pelos departamentos, laboratórios, centros, institutos ou outras unidades acadêmicas e acompanhadas de forma articulada pela Pró-Reitora de Extensão e Apoio Estudantil e pela Coordenação de Assuntos Estudantis – CAE.

III - DA OPERACIONALIZAÇÃO

Art.7º São atribuições do monitor:

a) participar, com a presença indispensável do professor, no processo didático-pedagógico e científico: preparação, execução e avaliação de aulas, trabalhos, projetos, atividades laboratoriais e demais atividades acadêmicas;

b) reunir-se, constantemente, com o(a) professor(a) orientador(a) para analisar, discutir e avaliar a sua prática, enquanto monitor;

c) orientar estudantes, individualmente ou em grupo, quando designado, visando à recuperação desses estudantes no processo de aprendizagem;

d) participar, sempre que convocado, de reunião de área, seminários, cursos, debates, sessões de estudo e experiências acadêmicas diversas;

e) elaborar, com o professor, o relatório semestral das atividades desenvolvidas no exercício da monitoria.

Art. 8º São atribuições do professor:

a) organizar, com o monitor, horário comum de trabalho que garanta a ambos a prática conjunta da monitoria;

b) acompanhar e orientar o monitor na execução de seu plano de estudo e atividades, discutindo questões teórico-práticas e fornecendo subsídios necessários à sua formação;

c) encaminhar ao departamento, laboratório, centro, instituto ou outras unidades acadêmicas, o relatório semestral do monitor, com parecer sobre as atividades desenvolvidas.

Art. 9º São atribuições dos departamentos, laboratórios, centros, institutos e outras unidades acadêmicas:

a) divulgar, por meio de Edital, a abertura de processo de seleção para a monitoria com antecedência de 15 dias, constando:

- número de vagas por disciplina, ou área de conhecimento;

- local, período, horário das inscrições;

- documentos necessários;

- local e data de realização da seleção;

- critérios de seleção;

- condições mínimas para exercício da monitoria;

- o valor de 12 créditos, categoria I, para o caso da monitoria com bolsa;

b) selecionar os candidatos com base na análise dos históricos a ser aplicada por uma equipe constituída por três professores, sendo um deles o professor da disciplina ou área de conhecimento;

c) encaminhar à CAE:

- relação dos alunos aprovados na seleção e os critérios utilizados;

- o relatório final das atividades do monitor para fins de expedição de certificado.

d) acompanhar o cumprimento dos horários e desenvolvimento das atividades do monitor;

e) encaminhar à CAE;

- a relação de alunos aprovados na seleção para assinatura do Termo de Compromisso;

- a frequência mensal do monitor.

Art. 10º São atribuições da Pró-Reitora de Extensão e Apoio Estudantil;

a) encaminhar à CAE as desistências, destituições e o término do exercício das atividades dos monitores;

b) supervisionar a programação, execução e avaliação das atividades da monitoria;

c) mediante apresentação do relatório das atividades da monitoria, realizar a expedição do certificado.

Art.11º São atribuições da Pró-Reitora de Extensão e Apoio Estudantil e da CAE:

a) convocar os alunos aprovados na seleção para assinatura do Termo de Compromisso;

b) solicitar junto à Pró-Reitoria de Administração o pagamento dos monitores com bolsa, conforme frequência encaminhada pelos órgãos competentes;

c) encaminhar à Proad/CPD a relação dos monitores com bolsa que têm o CREDUC, para as providências necessárias.

Art.12º São atribuições da Proad:

a) zelar para que os descontos nas parcelas dos monitores, com bolsa, sejam efetuados, conforme a previsão do calendário administrativo da PUC Goiás, relativo ao pagamento das parcelas da semestralidade;

b) providências, junto ao CPD, a amortização do valor equivalente a 60 créditos/semestrais, categoria I, para os monitores com bolsa, que tenham o CREDUC.

Art.13º São atribuições da Proex e CAE:

a) formular o Termo de Compromisso e estabelecer o prazo de validade;

b) acompanhar o cumprimento das obrigações contratuais do monitor;

c) estabelecer o número de vagas para a monitoria com bolsa, conforme as necessidades e a realidade do programa;

d) comunicar aos departamentos, laboratórios, centros, institutos e outras unidades acadêmicas, o número de vagas para a monitoria com bolsa.

IV - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art.14º Os casos omissos serão resolvidos pelas Proex e CAE.

Art.15º Esta Regulamentação entrará em vigor a partir de sua aprovação pelo CEPEA.

Art.16º Esta Regulamentação só poderá ser alterada mediante propostas apresentadas e aprovadas pelo CEPEA.

GABINETE DA REITORIA
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS

Goiânia, 09 de Janeiro de 2008.