



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



APÊNDICE C

REGIMENTO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO **BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

SANTA MARIA DA VITÓRIA

2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



APRESENTAÇÃO

Este regimento apresenta as normas específicas para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no Bacharelado em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB).

Os componentes curriculares Elaboração de Projetos de Publicidade e Propaganda e Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foram introduzidos nos cursos de Comunicação Social através da Resolução nº 02/84 do Conselho Federal de Educação, tornando-se requisito obrigatório para a conclusão do curso. O objetivo principal do TCC é contribuir para a formação profissional do estudante de modo a integrar os conhecimentos oferecidos ao longo do curso, proporcionando a experiência da pesquisa e da prática em sua área de atuação.

Os projetos propostos e realizados pelos estudantes de Publicidade e Propaganda deverão se caracterizar pela qualidade, pelo alto padrão acadêmico e metodológico, pela inovação e por sua contribuição para o desenvolvimento profissional do estudante e do campo de comunicação.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	Erro! Indicador não definido.
CAPÍTULO I – DO CONCEITO	4
CAPÍTULO II- DOS OBJETIVOS	4
CAPÍTULO III - DOS PRÉ-REQUISITOS E DEMAIS CONDIÇÕES.....	4
CAPÍTULO IV- MODALIDADES DE TCC	5
CAPÍTULO V- DA ORGANIZAÇÃO	7
CAPÍTULO VI - DAS ATRIBUIÇÕES	8
CAPÍTULO VII - DA REALIZAÇÃO DO TCC.....	9
CAPÍTULO VIII - DA AVALIAÇÃO.....	10
CAPÍTULO IX - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS	12



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



CAPÍTULO I DO CONCEITO

Art. 1º. O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) previsto na matriz curricular do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia consiste em um trabalho individual ou em equipe, de livre escolha do estudante, com temática relacionada às atribuições profissionais da área de Publicidade e Propaganda e sua relação com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade.

Parágrafo único – O TCC será elaborado pelo estudante ou equipe de estudantes, mediante a orientação de um professor do quadro de professores-orientadores do Centro.

CAPÍTULO II DOS OBJETIVOS

Art. 2º. São objetivos da elaboração do TCC:

I – Estimular a prática da autonomia e do protagonismo dos estudantes como artífices da construção de seus saberes relacionados à produção crítica e criativa dos estudos de Publicidade e Propaganda;

II - Correlacionar teoria e prática do curso;

III - Possibilitar ao estudante o desenvolvimento de suas capacidades científicas e criativas na sua área de formação, atentando para as demandas sociais do setor;

IV - Avaliar as condições de qualificação do formando para o acesso ao exercício profissional;

V - Propiciar aos graduandos as condições necessárias à elaboração de um estudo teórico e/ou projeto experimental de acordo com as normas técnicas que configuram o TCC.

CAPÍTULO III DOS PRÉ-REQUISITOS E DEMAIS CONDIÇÕES

Art. 4º. O componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso tem como pré-requisito o componente Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda. Neste componente, os discentes devem indicar a modalidade escolhida do TCC – monografia ou projeto experimental. Os discentes que optarem pela modalidade monografia devem apresentar um Projeto de Pesquisa Científica. Os discentes que desejarem desenvolver projeto experimental devem apresentar um Projeto de acordo com os itens elencados no artigo 12º.

Art. 5º. Estão aptos à matrícula no componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda os estudantes que tiverem aprovação em todos os componentes ofertados pelo curso até o sexto semestre.



Art. 6º. Estão aptos à matrícula no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso os estudantes que tiverem aprovação em todos os componentes ofertados pelo curso até o sétimo semestre, além da aprovação em Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda.

Art. 7º. O projeto elaborado durante o cumprimento do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda deverá ser executado durante o cumprimento do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso, sem alterações de objeto.

Art. 8º. O estudante pode cursar os componentes curriculares dentro do prazo estipulado no calendário acadêmico ou quando a mesma for oferecida.

Art. 9º. O componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso exige o mínimo de 75% de frequência às orientações com o professor-orientador. ~~O componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso exige o mínimo 75% de frequência aos encontros presenciais com o professor-orientador.~~ (Aterado conforme ATA do NDE 13 de março de 2024).

§1: A cada encontro de orientação, o professor-orientador deve preencher a Ficha de Acompanhamento de Orientação, que deve ser assinada por ele e pelo(s) orientando(s). Esse documento fica de posse do orientador até o momento da avaliação final, quando deve ser entregue à Coordenação de Curso para lançamento da frequência e informações no Diário Acadêmico.

CAPÍTULO IV

MODALIDADES DE TCC

Art. 10º. Os Trabalhos de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda podem se enquadrar em uma das seguintes modalidades:

I – Trabalho de natureza monográfica, fundamentado em uma pesquisa científica, tendo preferencialmente objetos de estudo da área de Publicidade e Propaganda, mas também estando aberta à possibilidade de monografias na área da Comunicação, respeitando suas relações com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade. ~~Trabalho de natureza monográfica, fundamentado em uma pesquisa científica, tendo como objeto de estudo a área de Publicidade e Propaganda e sua relação com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade.~~ (Aterado conforme ATA do NDE 11 de abril de 2024).

II - Trabalhos de natureza experimental, fundamentado na realização de um produto, acompanhado de Planejamento de Comunicação, tendo como objeto de estudo a área de Publicidade e Propaganda e sua relação com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade.

Art. 11º. A monografia tem o objetivo de preparar o estudante para o aprofundamento na área acadêmica. Trata-se de uma modalidade de TCC que incentiva a análise conceitual e teórica na área de atuação.



§1: A monografia caracteriza-se como um trabalho reflexivo a respeito de um tema ou problema de pesquisa, produzindo um processo de investigação sistemática. É desenvolvida através de revisão de literatura e pesquisa empírica. Exige uma análise crítica, reflexão e maior aprofundamento teórico por parte do autor.

§2: O trabalho monográfico será necessariamente individual.

Art. 12º. O Projeto Experimental visa preparar o estudante para atuar na área de Marketing dentro das organizações; aprimorar o desenvolvimento de planos estratégicos de Marketing e Comunicação; preparar o estudante para atuar em agências de publicidade, veículos e fornecedores de propaganda, vivenciando o processo de planejamento, criação e produção em publicidade; elaboração do portfólio dos estudantes.

§ 1: O projeto experimental caracteriza-se pela realização de um produto de comunicação, seguindo parâmetros profissionais de criação e produção em Publicidade e Propaganda nos seguintes formatos:

I - Campanha publicitária (social, cultural, ambiental, educacional, comercial, etc.): conjunto de peças baseado em planejamento estratégico de comunicação e de marketing. Envolve mídias tradicionais, alternativas, digitais ou transmídia, conforme decisão da equipe.

II - Projeto de identidade visual: design e sistema de identidade visual.

III - Projetos digitais: (projeto de aplicativos, *templates*, vlogs etc.) estratégias publicitárias baseadas em plataformas online.

IV - Criação de conteúdos visuais e/ou audiovisuais publicitários em outras linguagens (*branded content*): criação, produção e exposição de materiais fotográficos voltados para marcas; conteúdos editoriais; de vídeo publicitário (mínimo de 2 e máximo 10 de minutos) ou série publicitária (de 3 a 5 episódios, de 1, 2 ou 3 minutos cada).

§ 2: O projeto experimental é realizado necessariamente em equipe, composta por grupos de 3 a 6 estudantes. (Aterado conforme ATA do NDE 12 de junho de 2024).

I - As equipes formadas não poderão exceder, no entanto, o número máximo de projetos a serem orientados no semestre letivo, considerando o quadro de professores-orientadores disponíveis.

II - Caso haja um número excedente, é facultado à Coordenação de Curso a sugestão de aglutinação de grupos ou estudantes.

III - A equipe só poderá ser desfeita até o prazo dos 45 dias contados a partir da data de início das aulas do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, com o ônus de cada participante apresentar um novo projeto.

§ 3: Outras opções poderão ser apresentadas e negociadas junto aos professores-orientadores e à Coordenação de Curso, caso ocorram.



CAPÍTULO V DA ORGANIZAÇÃO

Art. 13º. O tema do trabalho, dentro do campo curricular, será de livre escolha do estudante ou equipe de estudantes, podendo ocorrer sob a indicação do professor-orientador.

Art. 14º. A Coordenação do Curso divulgará, semestralmente, a relação de professores-orientadores de TCC disponível para orientação, vinculando-os às suas áreas respectivas.

Art. 15º. O estudante ou a equipe poderá indicar duas opções de orientadores pretendidos, mas caberá à Coordenação de Curso a decisão final, respeitando-se sempre, o aceite do docente orientador indicado além de:

I - O número de até dois projetos para cada orientador, podendo o mesmo mais projetos, conforme negociação específica entre as partes.

II - As modalidades que os professores estão capacitados a orientar.

III - A disponibilidade de carga-horária e área de afinidade.

Art. 16º. Ainda durante o cumprimento do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, o estudante ou a equipe de estudantes deverá recolher a assinatura de um professor-orientador para o Termo de Aceite, que ficará arquivado na Coordenação do Curso.

Art. 17º. Na ausência de um orientador - seja por recusa, desistência, afastamento, etc. – caberá à Coordenação do Curso deliberar outro professor-orientador.

Art. 18º. Após o firmamento do aceite, o orientador e o estudante ou equipe de estudantes deverão estabelecer um calendário de reuniões de orientação, contendo datas e horários de de cada encontro, a ser entregue à Coordenação do Curso.

§ 1º O estudante ou equipe que se ausentar de mais de 25% das reuniões estará reprovado no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 19º. O estudante poderá solicitar mudança de orientador até o cumprimento de 30 dias do início do semestre letivo, apresentando à Coordenação do Curso, em documento escrito, as justificativas e a indicação de um novo orientador.

§ 1º O pedido será avaliado pela Coordenação do Curso, em reunião, com a presença dos professores-orientadores (o atual e o recém-indicado).

§ 2º Este pedido somente será aceito para avaliação caso o discente não esteja em descumprimento com suas responsabilidades.

Art. 20º. A coorientação é permitida, desde que aprovada pela Coordenação do Curso, levando-se em conta a titulação e a afinidade entre áreas de pesquisa.



Art. 21°. O Trabalho de Conclusão de Curso será entregue à Coordenação do Curso em três vias impressas - três cópias da monografia ou do produto acompanhado do Memorial analítico-descritivo -, respeitando o prazo estabelecido no calendário da disciplina.

§ 1° Caberá à Coordenação do Curso encaminhar as cópias ao orientador e ao avaliador interno.

§ 2° Caberá ao estudante a entrega da cópia ao avaliador externo.

Art. 22°. O Trabalho de Conclusão de Curso será encaminhado à Coordenação do Curso e a cada membro da Banca Examinadora com antecedência mínima de 15 (quinze) dias da data marcada para a reunião julgadora da Banca.

CAPÍTULO VI DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 23°. Compete à Coordenação do Curso:

- I - Apresentar este Regimento aos estudantes e aos professores-orientadores;
- II - Apresentar, semestralmente, o cronograma de execução do componente curricular TCC, os prazos de entrega do projeto e defesa, a lista de orientadores disponíveis por áreas de afinidade, bem como outras informações que julgar importantes;
- III – Receber as cópias dos TCC e distribuí-las entre professores-orientadores e avaliadores internos;
- IV - Organizar o calendário de defesas;
- V - Preencher o Diário de Classe do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 24°. Compete ao professor-orientador:

- I - Avaliar o tema escolhido pelo estudante;
- II - Ter disponibilidade para os encontros de orientação;
- III - Subsidiar e apoiar o(s) estudante(s) no desenvolvimento, com qualidade, do trabalho em elaboração, em todas as suas etapas;
- IV - Entregar à Coordenação do Curso a frequência do estudante nas reuniões de orientação;
- V – Indicar ou definir os componentes das Bancas Examinadoras de cada projeto, presidir a Banca Examinadora, preencher, ler e entregar a Ata de Defesa.

Art. 25°. Compete ao estudante:

- I - Selecionar um objeto que esteja contemplado nos conteúdos curriculares;



II - Elaborar o Projeto de TCC junto ao componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda;

III - Sugerir o orientador;

IV - Respeitar o cronograma de trabalho, de acordo com o projeto aprovado pelo professor-orientador;

V - Cumprir com os horários de atendimento e as atividades estabelecidas pelo orientador, atendendo ao mínimo de 75% de frequência;

VI - Entregar 03 (três) exemplares do TCC à Coordenação do Curso, respeitando o prazo estabelecido.

CAPÍTULO VII

DA REALIZAÇÃO DO TCC

Art. 26º. Para a realização do produto experimental, a equipe de estudantes poderá utilizar os laboratórios do Centro Multidisciplinar Santa Maria da Vitória.

Parágrafo único: é imprescindível apresentar uma solicitação assinada à Coordenação do Curso informando a previsão de utilização do laboratório, respeitando um prazo de antecedência mínima de 7 dias ao período previsto para a utilização.

Art. 27º. O empréstimo de equipamentos de audiovisual (fotografia, iluminação etc.) para a realização dos Trabalhos de Conclusão de Curso estará condicionado à disponibilidade de equipamentos e/ou pauta dos laboratórios.

§ 1º A realização do TCC não poderá estar condicionada ao empréstimo de equipamentos da Instituição.

Art. 28º. Apoios de qualquer natureza devem ser autorizados pelo professor-orientador e constar no Planejamento de Comunicação.

§ 1º Em caso de patrocínios, estes só poderão ser creditados como apoio.

§ 2º A realização do produto não pode, em hipótese alguma, estar condicionada à liberação de recursos via editais ou demais tipos de seleção.

Art. 29º. Cada Projeto Experimental deve ser entregue acompanhado do respectivo Planejamento de Comunicação.

§ 1º O Planejamento de Comunicação deve conter referencial teórico, objetivos mercadológicos e de comunicação - construídos durante o cumprimento do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda – e Projeto de Produção contendo os itens específicos de cada projeto, construídos durante o cumprimento do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso;



§ 2º O Planejamento de Comunicação deve conter no mínimo 30 páginas de elementos textuais;

§ 3º O Planejamento de Comunicação deve ser redigido segundo as normas vigentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Art. 30º. A Monografia deve conter no mínimo 45 páginas de elementos textuais e deve ser redigida segundo as normas vigentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Art. 31º. A entrega dos Trabalhos deve observar aos seguintes critérios:

§ 1º Os trabalhos monográficos devem ser entregues em três vias impressas e encadernadas;

§ 2º Os Planejamentos de Comunicação referentes a projetos de todos os formatos, devem ser entregues em três vias impressas e encadernadas;

§ 3º Os produtos de natureza experimental devem ser entregues em versão digital (pen drive) e impressa, em formato determinado em parceria com o orientador, devidamente identificado, em três cópias;

§ 4º Cada membro da Banca Examinadora deve receber uma cópia do TCC - monografia ou produto experimental acompanhado do seu respectivo Planejamento de Comunicação;

VI - No caso de Bancas de Avaliação com a presença de coorientadores, devem ser entregues quatro cópias do TCC;

VII - O não cumprimento do prazo de entrega dos trabalhos implicará em reprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

CAPÍTULO VIII **DA AVALIAÇÃO**

Art. 32º. A avaliação do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda será realizada em duas etapas, sendo a primeira facultada ao professor; a segunda, necessariamente, terá o formato de Banca Examinadora, podendo assumir a característica de Exame de Qualificação do projeto, prevendo um prazo mínimo para as correções ainda no semestre letivo.

§ 1º: A Banca Avaliadora será composta pelo orientador pretendido, por um avaliador da área e, quando possível, por um avaliador externo.

§ 2º: A composição desta banca deverá ser sugerida à Coordenação de Curso com a antecedência de 15 dias da defesa.

§ 3º: Durante a avaliação, o estudante deverá apresentar o Projeto de Pesquisa da Monografia e a equipe de estudantes deverá apresentar o Planejamento de Comunicação do produto escolhido. O tempo máximo de apresentação é de 20 minutos e cada membro da Banca possui 15 minutos para a realização de seus comentários, cabendo 15 minutos para tréplica.

§ 4º: A reprovação neste componente curricular impede o estudante ou equipe de estudantes de se matriculem no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso, referente ao oitavo semestre.



Art. 33°. A avaliação final do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso será realizada em duas etapas, sendo a primeira de natureza individual, atribuída pelo orientador, considerando o desempenho do estudante ao longo do processo de realização do TCC; e a segunda, de natureza coletiva, atribuída por uma Banca Examinadora após a defesa pública do TCC.

§ 1º: A Banca Examinadora será composta por três membros: o professor-orientador; um professor da mesma área do objeto de estudo; um membro externo, quando possível, ou um professor de área afim ao objeto de estudo.

§ 2º: No caso de trabalhos com coorientação, o professor responsável pela mesma poderá participar da banca como quarto avaliador.

§ 3º: Cabe ao professor-orientador definir os membros da Banca Examinadora, bem como de seus respectivos suplentes, nos prazos estabelecidos no calendário da disciplina, assim como a substituição de algum componente, caso se faça necessário.

§ 4º: O professor-orientador deverá comunicar à Coordenação do Curso os casos de substituição de avaliadores para posterior homologação.

§ 5º: O calendário de Defesas dos Trabalhos de Conclusão de Curso deve ser apresentado pela Coordenação de Curso. Necessidades de mudanças devem ser combinadas e comunicadas pelos orientadores à Coordenação de Curso.

§ 6º: A defesa do TCC é uma atividade avaliativa obrigatória para a qual seguirão apenas os TCCs considerados aptos pelos professores-orientadores.

Art. 34°. O convite formal para participação na Banca Examinadora é de responsabilidade do orientador.

Art. 35°. A Banca Examinadora do TCC é de caráter público, podendo ser assistida por outros docentes, estudantes e pela comunidade em geral.

Parágrafo único: A participação como ouvinte na Banca Examinadora é contabilizada como Atividade Curricular Complementar (ACC), conforme Resolução 008/2015 grupo nº 3, atividades de extensão, item 3.2 (participação em evento técnico-científico). A cada duas horas de evento, contabiliza-se 1 hora de ACC.

Art. 36°. Para a Banca de Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso será adotado o seguinte protocolo, de acordo com cada tipo de trabalho:

I - Monografia: Após a abertura da Banca pelo professor-orientador, denominado presidente, o estudante terá até 20 minutos para expor o percurso de pesquisa e os resultados alcançados; em segundo momento os examinadores têm até 15 minutos, cada um, para suas considerações. O estudante tem direito a até 15 minutos para contestar, explicar ou esclarecer as observações feitas pelos avaliadores.

II - Produto Experimental: Após a abertura da Banca pelo professor-orientador, denominado presidente, o estudante terá até 20 minutos para expor o percurso de elaboração do produto, destacando os processos técnicos e criativos, além da sua adequação ao Planejamento de



Comunicação; em segundo momento os examinadores usam o tempo de até 15 minutos, cada um, para suas considerações. O estudante tem direito a até 15 minutos para contestar, explicar ou esclarecer as observações feitas pelos avaliadores.

Art. 37°. Os membros da banca contarão com um barema para a avaliação do TCC.

Art. 38°. Em caso de identificação de plágio no TCC pelo professor-orientador e/ou membros da Banca Examinadora, o caso deve ser levado ao conhecimento da Coordenação de Curso para as devidas providências.

§ 1º A Coordenação de Curso entende por plágio o que consta no artigo 184 do Código Penal: “configura como crime de plágio o uso indevido da propriedade intelectual de outro”, complementando com o artigo 299, que “define o plágio como crime de falsidade ideológica, em documentos particulares ou públicos”.

§ 2º O Colegiado do Curso distingue três tipos de plágio: o plágio integral, que ocorre quando um trabalho é copiado na íntegra sem citação à fonte; o plágio parcial, que se constitui na bricolagem de frases ou parágrafos de vários textos sem referência à fonte; e o plágio conceitual, quando a ideia de outrem é utilizada sem menção à fonte.

§ 3º Em se comprovando o plágio, o estudante será automaticamente reprovado, seja no componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, seja em Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 39°. O estudante ou equipe de estudantes avaliará, em parceria com o professor-orientador, as sugestões de correções ofertadas pela Banca Examinadora, apresentando a versão final do TCC à Coordenação do Curso até 15 dias após a data da defesa.

§ 1º Ajustes de pós-produção poderão ser exigidos para a versão final em casos excepcionais, em que a banca julgue gravidade.

§ 2º O estudante deve entregar a versão final do TCC em uma cópia digital, em formato PDF, salva em DVD de dados, devidamente identificada e encapada.

§ 3º A nota do estudante será registrada no Diário de Classe apenas após a entrega das versões finais do Trabalho de Conclusão de Curso, contendo os ajustes sugeridos pela Banca Examinadora nas versões indicadas acima

Art. 40° A nota mínima para aprovação é 5,0 (cinco).

CAPÍTULO IX **DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS**

Art. 41°. O TCC é um material de fórum educacional, pertencente também aos quadros da Universidade. Como se trata, portanto, de um documento público, uma cópia deve ser oficialmente depositada na instituição, tendo esta o direito de consulta e exibição do material sem qualquer ônus de Direito Autoral.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



Art. 42º Ocorrências e situações não previstas neste documento devem ser levadas ao conhecimento do Colegiado do Curso, instância responsável por avaliar, decidir e determinar as soluções cabíveis.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

MONOGRAFIA

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Relação lógica entre problema de pesquisa, objetivos e metodologia do trabalho (estrutura da monografia)	2,0	
Pertinência dos resultados e considerações no estudo	2,0	
Composição textual autoral e fatores de textualidade (coesão, coerência, clareza, progressão, articulação, não-contradição)	2,0	
Atendimento ao padrão da norma culta da Língua portuguesa (acentuação, pontuação, gramática, ortográfica, etc.) e rigor científico nas citações e normas da ABNT	1,0	
Coerência na aplicação, relação e articulação de conceitos relevantes concernentes à base bibliográfica da área de estudo específica	1,0	
Originalidade, relevância e pertinência do tema para o campo da Publicidade e da Propaganda	1,0	
Segurança, clareza e pertinência da arguição na apresentação oral e defesa	1,0	
NOTA FINAL	10,0	
<u>Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:</u>		

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOP
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PRODUTO: CAMPANHA PUBLICITÁRIA

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Planejamento de marketing e comunicação integrada	2,0	
Pesquisa de mercado	1,5	
Planejamento de mídia	1,5	
Criação e conceito	2,0	
Produção gráfica, audiovisual ou sonora	2,0	
Apresentação oral e defesa da campanha	1,0	
NOTA FINAL	10,0	
<u>Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:</u>		

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOP
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

PRODUTO: PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Adequação aos objetivos mercadológicos	2,5	
Planejamento e projeto de produção	2,0	
Conceito e criação	2,5	
Produção gráfica e/ou digital	2,0	
Apresentação oral e defesa	1,0	
NOTA FINAL	10,0	

Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOP
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PRODUTO: PROJETOS DIGITAIS

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Adequação aos objetivos mercadológicos	2,5	
Planejamento e projeto de produção	2,5	
Conceito e criação (originalidade e inovação)	2,5	
Design gráfico e de interfaces (parâmetros estético-funcionais)	1,5	
Apresentação oral e defesa	1,0	
NOTA FINAL	10,0	

Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**PRODUTO: CONTEÚDOS VISUAIS, EDITORIAIS E/OU AUDIOVISUAIS
PUBLICITÁRIOS EM OUTRAS LINGUAGENS (*BRANDED CONTENT*)**

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Adequação aos objetivos mercadológicos	2,0	
Planejamento e projeto de produção	2,5	
Criação e conceito	2,5	
Produção gráfica, audiovisual e/ou sonora	2,0	
Apresentação oral e defesa da campanha	1,0	
NOTA FINAL	10,0	

Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO FINAL PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

NOTAS	Nota do TCC
Orientador:	
Coorientador:	
Parecerista 1:	
Parecerista 2:	
Média Final	

Média	Assinale com X o procedimento adotado
Acima de 7 até 10	<input type="checkbox"/> Aprovar sem correções;
	<input type="checkbox"/> Aprovar com sugestão de correções apenas referentes à redação e/ou formatação técnica sem necessidade de reapresentação à banca;
Acima de 5 até 7	<input type="checkbox"/> Solicitar nova redação do conteúdo teórico e/ou reformulação do produto e reapresentação à banca no prazo previsto pelo regulamento;
	<input type="checkbox"/> Solicitar nova redação do conteúdo teórico e/ou reformulação do produto com reapresentação e defesa pública à banca no prazo previsto pelo regulamento;
Inferior a 5	<input type="checkbox"/> Reprovação

Assinatura do orientador