



ORIENTAÇÃO DO PROJETO

EXPERIMENTAL

.....

DISCIPLINAS:

*PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO
REDAÇÃO PUBLICITÁRIA V
ARTE PUBLICITÁRIA
PLANEJAMENTO DE MÍDIA
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM ÁUDIO II
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM TV E CINEMA II
TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO*



RIBEIRÃO PRETO
AGOSTO/2021



APRESENTAÇÃO

Os alunos da 8ª etapa do Curso de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda, devem realizar e apresentar para a conclusão do Curso o projeto teórico-prático, com o apoio das áreas:

- Planejamento de Comunicação
- Redação Publicitária V
- Arte Publicitária
- Planejamento de Mídia
- Produção Publicitária em Áudio II
- Produção Publicitária em TV e Cinema II
- Técnicas de Apresentação

Os grupos serão orientados por uma equipe de professores responsáveis pela supervisão de todas as etapas do trabalho e que constituem o Conselho de Professores. Os professores estarão, dentro de sua área específica, auxiliando na orientação.

DISCIPLINA	PROFESSORES
Planejamento de Comunicação	Profª. Paula B. Spinelli
Redação Publicitária V	Profª. Marília Mattos
Arte Publicitária	Prof. João Flávio de Almeida
Planejamento de Mídia	Profª. Daniela Tincani
Produção Publ. de Áudio II	Prof. Geraldo José Santiago
Produção Publ. Em TV e Cinema II	Profª. Flávia Martelli
Técnicas de Apresentação (coordenação)	Prof. Renato Campos



FORMAÇÃO DOS GRUPOS

a) Os grupos deverão ser mantidos de acordo com a formação inicial determinada na disciplina Planejamento Mercadológico, na 7ª etapa.

É importante que cada grupo se divida, no mínimo, em 4 departamentos:

- Criação (Diretor de Arte e Redator);
- Atendimento (responsável pelo briefing, que fará os contatos com o cliente);
- Mídia (que fará o plano de mídia e orçamentos de terceiros)
- Produção (fotos, maquetes, figurinos, locação etc.).

b) Situações não previstas serão decididas pelo Conselho de Professores.



a) O trabalho de Conclusão do Curso deverá ser desenvolvido com base no Plano Mercadológico apresentado e aprovado pela disciplina de Planejamento Mercadológico, ministrada na 7ª etapa. Para isso, cada grupo – que passaremos a denominar **Agência** - deverá entregar nos dias estipulados no cronograma, as cópias solicitadas para cada professor orientador da oitava etapa e coordenador do projeto, os itens especificados a seguir.

b) Lembre-se que cada item fará parte do “book” do seu PREX – apresentado no formato de dissertação, de acordo com as normas da ABNT, com a produção obrigatória das peças.

1. VERIFICAÇÃO DO PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO

Entrega: durante o mês de agosto.

Entregar para os professores das disciplinas: Planejamento de Comunicação.

Cada grupo deverá entregar uma cópia do Briefing de Marketing e Plano Mercadológico, já apresentado na etapa anterior.

2. VÍDEO INSTITUCIONAL CORPORATIVO

Entrega: 31/08 a 03/09/2021.

Entregar para os professores das disciplinas: Redação, Áudio e Vídeo.

a) Objetivos e estratégias.

b) Roteiro do Vídeo Institucional Corporativo (nas salas dos professores responsáveis pelas áreas de vídeo, áudio e redação).

OBS: a agência tem até o dia 1/10/2021 para a finalização do vídeo – possíveis alterações de data de entrega deverão ser tratadas ou estabelecidas pelas(os) professoras(es) da disciplina.

3. IDENTIDADE VISUAL DO PRODUTO E DESIGN DE EMBALAGEM

Entrega: de 06 a 10/09/2021.

Entregar para os professores da disciplina: Arte Publicitária.

1.1. Cada grupo deverá criar, desenvolver e apresentar a identidade visual da agência.

1.2. Cada grupo deverá desenvolver a identidade visual e embalagem do produto.

4. PLANO DE COMUNICAÇÃO

Entrega: até 21/09/2021.

Postar na atividade específica na sala das agências: Planejamento de Comunicação

a) O grupo deverá entregar as informações Plano de Marketing e Plano de Comunicação, já apresentadas na etapa anterior.

b) Apresentar no Plano de Marketing as pesquisas realizadas tanto para conhecer o mercado, perfil do consumidor e/ou a aceitação do produto.

5. BRIEFING DE CRIAÇÃO

Entrega: até 13/09/2021.

Postar na atividade específica na sala das agências: Planejamento de Comunicação, Arte, Redação, Áudio e Vídeo.

6. DISCIPLINA DE REDAÇÃO – CRIAÇÃO DO CONCEITO, FRASE-CHAVE E IMAGEM-CHAVE

Entrega: de 13/09 a 08/10/2021.

Postar na atividade específica na sala das agências: Redação, Arte Publicitária, Áudio e Vídeo.

7. CRIAÇÃO (LAYOUTS FINAIS – ROTEIROS) E REDAÇÃO DAS PEÇAS

Entrega: de 02/11/2020 a 05/11/2021.

Postar na atividade específica na sala das agências: Planejamento, Arte, Redação, Áudio e Vídeo.

Apresentar layouts produzidos de todas as peças impressas e eletrônicas da Campanha e Ponto de Venda, todas diagramadas (proporcionalmente) em papel A4, pois serão inseridas no “book” desta forma.

7.1. Ideia

- a) Conceito que o produto deve ter.
- b) Imagem chave da campanha ou o tema central das imagens chaves.
- c) Frase chave ou tema da campanha e seus desdobramentos. Slogan se houver necessidade.
- d) Apresentação dos layouts e textos de todas as seguintes áreas (obrigatórias).

Áudio;

Vídeo;

Impresso;

Externa;

Digital;

Promoção e Merchandising (quando se tratar de produto distribuído no varejo);

Outra ferramenta de comunicação integrada de marketing (eventos, marketing de conteúdo, marketing direto, vendas pessoais, releases, comunicação interna);

7.2. Ficha técnica

Deverá constar em cada peça uma pequena ficha técnica:

- a) Peça; Veículo; Formato; Cores; Tamanho em cm para peças de meios impressos.
- b) Material; Cores; Tamanho em cm ou formato para peças impressas.
- c) Peça; Formato; Emissora para peças a serem veiculadas nos meios eletrônicos.

8. ROTEIRO DA APRESENTAÇÃO

Entrega: de 25 a 29/10/2021.

Postar na atividade específica na sala das agências: Téc. de Apresentação, Redação.

Programa com roteiro de apresentação.

- a) Template: (ou “modelo de documento”) é um documento com apenas a apresentação visual (apenas cabeçalhos, por exemplo) e instruções sobre onde e qual tipo de conteúdo deve entrar a cada parcela da apresentação.
- b) Apresentação de Slides (para revisão).
- c) Sorteio da ordem de apresentação.
- d) Ações durante a apresentação
- e) Modelo de roteiro de apresentação.

9. PLANO DE MÍDIA

Entrega: 18/10/2021

Postar na atividade específica na sala das agências: Planejamento de Mídia.

Plano de Mídia:

- Introdução
- Objetivos de Mídia
- Estratégia de Mídia
- Tática de Mídia
- Breakdown e Orçamentos

10. ORÇAMENTOS

Entrega: 25/10/2021

Postar na atividade específica na sala das agências: Planejamento de Mídia, Produção TV e Produção em Áudio.

Produção para mídia eletrônica, gráfica, custos internos e demais custos de “terceiros”. Apresentar uma estimativa para cada peça impressa, produção de filmes e de vídeos, produção de spot e jingles para rádios. Incluir custos de fotos e todo tipo de terceiros. Não se esquecer de acrescentar a taxa de produção de 15% sobre os custos de terceiros.

Total A – Custos internos (criação, layout e arte final).

Total B – Custos externos.

Taxa de 15% sobre serviços de terceiros (Total B).

Total C – (Total A + Total B + Taxa de 15%).

- a) Estimativa de custos (orçamentos de produção).

11. APROVAÇÃO DOS PLANOS E PEÇAS

FORMA DE ENTREGA: Inserir o arquivo do book completo na sala de aula da agência e obter as aprovações dos docentes através de uma ficha de avaliação final.

Entrega: de 16/11 a 19/11/2021

TODOS OS PROFESSORES DEVERÃO COMENTAR O BOOK COMPLETO NESTA SEMANA) – SE NÃO HOVER O COMENTÁRIO A AGÊNCIA FICA PROIBIDA DE APRESENTAR NA BANCA DE PROFESSORES.

É obrigatório o desenvolvimento e apresentação aos professores de todas as áreas relacionadas. Cada agência deverá postar sua cópia do book do PREX ao Conselho de

Professores - para Análise e Correção (caso necessário).

a) O texto deve ser digitado e formatado em tamanho ofício (A4), branco, em editor de texto para computador, corpo 12, fonte “Times New Roman”, entrelinha 1,5.

b) Uma vez analisado, o arquivo book do PREX será liberado, cabendo à Agência efetuar as correções indicadas, para a confecção de sua versão final.

12. APRESENTAÇÃO À BANCA DE QUALIFICAÇÃO (PARCIAL) - Devido ao cenário de pandemia causado pela COVID-19 as apresentações deverão se adaptar às condições estabelecidas pela Universidade apoiada nos decretos e resoluções governamentais. Nesse sentido, nas datas agendadas para apresentação de qualificação, serão utilizadas as plataformas disponibilizadas pela parceria entre Unaerp e Google for Education (Classroom e Meet) e outras plataformas que contribuam para transmissão da apresentação a partir de decisões a serem efetivadas pelo Conselho de Professores (alterações do atual cenário serão levadas em consideração).

Entrega: 24, 25 e 26/11/2021

Entregar para os professores da disciplina: Técnicas de Apresentação e participantes da banca.

SÓ IRÃO PARA BANCA DE QUALIFICAÇÃO (PROFESSORES) AS AGÊNCIAS QUE TIVEREM AS PEÇAS E PLANOS APROVADOS NA SEMANA DE 16/11 A 19/11. AS AGÊNCIAS QUE NÃO FOREM APROVADAS PARA ESTAR NA BANCA DE PROFESSORES, FICARÃO SEM A NOTA DESTA BANCA, QUE IMPACTARÁ NA AVALIAÇÃO PARCIAL.

As agências farão uma apresentação ao Conselho de Professores para Orientação, Avaliação (**Parte da Nota da Prova Parcial**) e Aprovação da Campanha para a Apresentação Final. (agências com média acima de 7,0 pontos na banca de qualificação).

a) A ordem da apresentação será definida mediante sorteio.

b) Apresentação dos trabalhos desenvolvidos de acordo com o PREX, através de exposição oral (nas plataformas definidas), incluindo:

- Peças gráficas em Layout, impressos coloridos.
- Peças promocionais em Layout e, se for o caso, maquete, perspectivas e plantas baixas.
- Peças de áudio e vídeo finalizadas.
- Mídia: Discriminação de praças, meios e veículos através de gráficos.
Apresentação de *breakdown*.

c) Cada Agência terá, no máximo, 30 minutos para apresentação ao Conselho de Professores.

d) Na apresentação fica vetada a leitura do trabalho.

e) Após a apresentação de cada trabalho, o Conselho de Professores submeterá o grupo

a uma arguição.

f) É obrigatória a presença dos alunos, de todas as agências, durante toda a apresentação da Campanha ao Conselho de Professores.

g) É obrigatória a presença de TODOS OS INTEGRANTES DA AGÊNCIA na apresentação. A ausência de um ou mais integrantes na Banca de Professores, CANCELA a apresentação da agência, que ficará sem a nota desta banca.

Será avaliado o conjunto da campanha, considerando os seguintes itens:

- Planejamento e enfoque Mercadológico.
- Criação – Direção de Arte e Redação - Explanação da Criação e Produção das peças publicitárias e promocionais.
- Mídia – explanação da Estratégia e Planejamento (apresentação - gráficos e breakdown).
- Apresentação - desenvoltura e segurança. Domínio de conteúdo e dos recursos técnicos, criatividade e postura.

h) As agências deverão realizar as correções recomendadas pelo Conselho de Professores, antes da Entrega Final.

i) A média da nota atribuída na apresentação de qualificação será considerada como **Parte da Nota da Prova Parcial**. Podendo, a critério de cada professor, determinar seu peso percentual na nota parcial de cada aluno.

j) Os professores que compõem a Banca Examinadora poderão levar seus alunos para assistir a apresentação, caso tenham aulas com outras turmas de etapas diferentes do curso de comunicação social.

13. APRESENTAÇÃO FINAL (EXAME) - Devido ao cenário de pandemia causado pela COVID-19 as apresentações deverão se adaptar às condições estabelecidas pela Universidade apoiada nos decretos e resoluções governamentais. Nesse sentido, nas datas agendadas para APRESENTAÇÃO FINAL, serão utilizadas as plataformas disponibilizadas pela parceria entre Unaerp e Google for Education (Classroom e Meet) e outras plataformas que contribuam para transmissão da apresentação a partir de decisões a serem efetivadas pelo Conselho de Professores (alterações do atual cenário serão levadas em consideração).

Entrega: 06, 07 e 08/12/2021.

Entregar para os professores da disciplina: Técnicas de Apresentação.

APENAS AS AGÊNCIAS QUE FOREM QUALIFICADAS NA BANCA DE PROFESSORES (Notas acima de 7,0) farão a apresentação final à Banca Examinadora (**PROFISSIONAIS**) e à Comunidade (professores, familiares, amigos e alunos das demais etapas e cursos).

a) Apresentação dos trabalhos desenvolvidos de acordo com o Projeto Experimental, através de exposição oral, incluindo:

- Peças gráficas e Promocionais em layout, impressos coloridos, em layout digital e mock ups, quando necessário.
- Peças de áudio e vídeo finalizadas.
- Mídia: Discriminação de praças, meios e veículos através de gráficos. Apresentação de breakdown.

b) Cada agência terá, no máximo, 40 minutos para apresentação à Banca Examinadora. O grupo que ultrapassar o tempo estipulado perderá pontos (1,0 ponto para cada 5 minutos).

c) Na apresentação fica vetada a leitura do trabalho.

d) É obrigatória a presença de TODOS OS INTEGRANTES DA AGÊNCIA na apresentação. A ausência de um ou mais integrantes na Banca de Professores, CANCELA a apresentação da agência, que ficará sem a nota desta banca.

e) Será avaliado o conjunto da campanha, considerando os seguintes itens:

- Planejamento e enfoque mercadológico
- Criação – Direção de Arte e Redação - Explanação da Criação e Produção das peças publicitárias e promocionais (apresentação das peças impressas).
- Mídia – explanação da Estratégia e Planejamento (apresentação - gráficos e breakdown).
- Apresentação - desenvoltura e segurança. Domínio de conteúdo e dos recursos técnicos, criatividade e postura.

f) A Banca Examinadora – composta por profissionais de mercado - atribuirá nota de Zero a 3,0 (três).

g) Nesta apresentação poderão participar profissionais e/ou professores convidados.

14. ENTREGA DO BOOK PREX E ASSINATURA DAS LISTAS DE AVALIAÇÃO (PARCIAL E FINAL)

Entrega: 13/12/2021 – Entrega do Book Impresso (encadernado em capa dura AZUL) e DVD na Coordenação do Curso

Entregar para: Coordenação do Curso

a) O texto deve ser impresso em papel sulfite tamanho ofício (A4), branco, digitada em editor de texto para computador, corpo 12, fonte “Times New Roman”, entrelinha 1,5, segundo normas da ABNT.

b) Junto com o book do Projeto Experimental, a agência deverá entregar as Peças Gráficas e demais trabalhos desenvolvidos, que passarão a integrar o acervo do Curso de Comunicação e uma cópia digital de todo o trabalho em CD ou DVD. Os arquivos também devem ser encaminhados para o google drive divulgado pela coordenação.

c) A não entrega dos itens acima implica atribuição de nota zero (Técnicas de Apresentação) e poderá significar a Reprovação dos alunos integrantes da Agência.

17. ASSINATURAS DAS LISTAS DE EXAMES

Assinatura das Listas de Exames e Parciais (se for necessário) das disciplinas que compõem a 8ª etapa de Publicidade e Propaganda é feita após as apresentações das agências no dia **13/12/2020**. A ausência do aluno comprometerá o lançamento de sua nota de Exame. No dia da assinatura das Listas os grupos devem devolver as chaves dos armários da sala 7H.

16. AVALIAÇÃO E NOTAS

a) Cada professor irá registrar cada etapa do trabalho, a frequência e o desempenho de cada aluno, com atribuição de nota individual.

b) Cada fase do trabalho será avaliada, observando-se rigorosamente o cumprimento do prazo de entrega.

c) Trabalho entregue fora do prazo perderá pontos, a critério do professor e poderá comprometer as apresentações nas bancas.

d) **Parte da nota Parcial** será a nota da **Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores**, a média dessa avaliação poderá ser utilizada individualmente pelos professores, aluno por aluno, considerando os critérios de interesse, cumprimento de atividades e integração com o grupo, nas etapas de desenvolvimento do projeto com atribuição de nota de Zero a Sete (peso determinado pelo professor, conforme conveniência de sua disciplina).

e) A média do Exame Final obedecerá ao seguinte critério:

- | | | |
|---|-------------|----------|
| 1. <u>Nota da Banca Examinadora na apresentação final</u>
(para agências selecionadas) | PESO | 3 |
| 2. <u>Nota individual dos professores</u> | PESO | 7 |

(em caso de adoção de outros valores, o peso será determinado pelo professor, conforme conveniência de sua disciplina).

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO POR PROFESSOR

Disciplina / Professores	Forma de Avaliação
Planejamento de Comunicação Profª. Paula B. Spinelli	AVALIAÇÃO PARCIAL: Desenvolvimento das etapas do Plano de Comunicação (40%). Pontualidade nas entregas, presença nas orientações e qualidade do trabalho (25%) e Apresentação na banca de professores (35%).
	EXAME: 30% da nota da banca profissional (agências com nota acima de 7,0), 70% Planejamento de Comunicação - pontualidade nas entregas, presença nas orientações e qualidade do trabalho.

Redação Publicitária V

Profª. Marília Mattos

AVALIAÇÃO PARCIAL: A nota da Prova Parcial será resultado da média de:

A) Parte da nota Parcial (50%) será a média da nota da Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores.

B) A outra parte (50%) da nota Parcial será composta pelo desempenho individual do aluno na disciplina (assiduidade nas atividades desenvolvidas no período e cumprimento do cronograma de entrega de documentação solicitada pelo regulamento do projeto experimental).

EXAME: A) 30% da nota será obtida através da Banca Examinadora na apresentação final (banca de profissionais).

B) 70% da nota será referente às atividades específicas da disciplina desenvolvidas no período.

Arte Publicitária

Prof. João Flávio

AVALIAÇÃO PARCIAL: A nota da Prova Parcial será resultado da média de:

A) Parte da nota Parcial (50%) será a média da nota da Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores.

B) 50% da nota Parcial será composta pelo desempenho individual do aluno na disciplina: Criação do design de embalagem (apresentação visual do produto), mais criação de uma peça chave.

EXAME: A) 50% da nota será obtida através da Banca Examinadora na apresentação final.

B) 50% da nota será referente às atividades específicas da disciplina desenvolvidas no período.

Planejamento de Mídia

Prof^a. Daniela Tincani

AVALIAÇÃO PARCIAL: A nota da Prova Parcial será resultado de:

- A) 40% virá da média da nota da Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores
- B) 30% da nota Parcial será composta pelo desempenho individual do aluno na disciplina-assiduidade, contribuição com o planejamento de mídia.
- C) 30% da nota Parcial será composta pelo trabalho em grupo, pontualidade nas entregas e conteúdo do plano de mídia em função do plano de comunicação e conceito.

EXAME: A) Nota da Banca Examinadora na apresentação final - 30%.

B) No caso da disciplina de mídia, 70% da nota será do Plano de Mídia/ Orçamentos e Planilhas e Gráficos (Breakdown).

Produção Áudio

Prof. Geraldo José Santiago

AVALIAÇÃO PARCIAL

A nota da Prova Parcial será resultado da média de:

- a) Atividades avaliativas continuadas e fases de produção realizadas no 1º bimestre: roteiro, captação, edição e finalização de textos sonoros para o rádio, meios audiovisuais e digitais e áudio para vídeo Institucional Corporativo (40% da média).
- b) Desempenho individual (20% da média).
- c) Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores (40% da média).

Média final = Atribuição de nota de Zero a Dez.

AVALIAÇÃO FINAL

A nota da Prova Final será resultado da média de:

- a) Atividades avaliativas continuadas (70%) referente às produções desenvolvidas no período (peças publicitárias produzidas para o rádio/internet/mídias digitais), sendo 20% da média atribuída ao desempenho individual.
- b) Nota da Banca Examinadora na apresentação final (30% da média).

Média final = Atribuição de nota de Zero a Dez.

Produção TV

Prof^a. Flávia Martelli

PROVA PARCIAL: A nota da Prova Parcial será resultado da média de:

- a) Clipagem da concorrência (20% da média)- individual;
- b) Roteiro, edição/finalização de Vídeo Institucional Corporativo (40% da média sendo 20% do roteiro e 20% vídeo finalizada obedecendo cronograma de entrega/ pontualidade) - grupo;
- c) Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores (40% da média) - grupo.

Média final = Atribuição de nota de Zero a Dez.

EXAME: A nota do Exame será resultado da média de:

- a) Avaliação das peças publicitárias produzidas para TV/Cinema/Internet (70% da média) - Roteiro (30%) e finalização do Vídeo Comercial (40%)
- b) Nota da Banca Examinadora na apresentação final (30% da média).

Média final = Atribuição de nota de Zero a Dez

Técnicas de Apresentação

Prof. Renato Campos

AVALIAÇÃO PARCIAL:

A) Parte da nota Parcial (50%) será a média da nota da Apresentação de Qualificação ao Conselho de Professores.

B) A outra parte (50%) da nota Parcial será referente às atividades específicas da disciplina desenvolvidas no período.

AVALIAÇÃO FINAL:

A) 30% da nota será obtida através da Banca Examinadora na apresentação final (banca de profissionais, restrita às agências selecionadas).

B) 70% da nota será composta pelo desempenho individual do aluno na disciplina (assiduidade nas atividades desenvolvidas no período e cumprimento do cronograma de entrega de documentação solicitada pelo regulamento do projeto experimental).

17. RECURSOS TÉCNICOS

1- Os equipamentos de apoio que serão utilizados nas apresentações (Bancas de Professores) devem ser solicitados com antecedência de quinze dias e por escrito à Coordenação do Curso.

2 - Encontram-se disponíveis os seguintes equipamentos e programas:

- Projetores multimídia, Telão, Retroprojetor, Projetor de slide, Aparelhos reprodutores de CD, DVD.
- Notebook ou PC (Equipamento disponível no setor de multimeios da Universidade).
- Recursos Permanentes do Teatro: Iluminação Básica; Tribuna; Microfones (sem fio).

18. NORMAS COMPLEMENTARES

a) **Laboratórios de Áudio e Vídeo** - a data para gravação de áudio, vídeo e uso de equipamentos deverá seguir rigorosamente o cronograma específico de cada Agência, sob pena de perda de direito de uso dos equipamentos/laboratórios para a produção.

b) **Laboratório de Áudio:** a pauta para gravação de áudio será definida com a Agência, uma vez aprovado o roteiro e definida a voz, trilha musical/efeitos sonoros (pré-produção). Pós produção e mixagem de áudio será realizada online. Será agendada uma agência por horário e permitido o acesso apenas aos integrantes da agência.

c) **Entrada de Equipamentos / Objetos na Universidade** - (APENAS EM CASO DE NECESSIDADE E ALTERAÇÕES NO ATUAL CENÁRIO DE PANDEMIA) entrar com solicitação de autorização junto à Secretaria do Curso de Comunicação toda vez que precisar trazer equipamento, instrumento e outros objetos para as dependências da Universidade. A solicitação deve ser feita por escrito e com pelo menos 48 horas de antecedência. Sem a autorização da Gerência Administrativa não é possível entrar com equipamentos, instrumentos e outros objetos na Universidade. A mesma orientação vale para a entrada de veículo para carga e descarga, caso seja necessário, no dia da apresentação final da Campanha (profissionais e comunidade).

d) Os casos não previstos neste conjunto de normas serão resolvidos pelo Conselho de Professores da 8a etapa do Curso de Publicidade e Propaganda.

Telefone: 3603-6716
Email: dtincani@unaerp.br



Prof.ª. Dr.ª Daniela Pereira Tincani
Coordenadora do Curso de
Publicidade e Propaganda





ANEXO I: ROTEIRO DO PROJETO EXPERIMENTAL – MATERIAL ESCRITO

1. Análise da Empresa Cliente

- 1.1. Histórico da empresa
- 1.2. Análise do mercado
- 1.3. Consumidor
- 1.4. Histórico do composto de marketing
- 1.5. Matriz BCG
- 1.6. Concorrência
- 1.7. Objetivos de mercado da empresa

2. Pesquisa primária

- 2.1. Sumário gerencial
- 2.2. Objetivos
- 2.3. Metodologia
- 2.4. Pesquisa de campo
- 2.5. Resultados
- 2.6. Conclusões e recomendações

3. Plano de Marketing do novo produto/serviço

- 3.1 Sumário Executivo
- 3.2 Análise do mercado (dados levantados nas pesquisas primárias e secundárias)
- 3.3 Análise SWOT
- 3.4 Análise da concorrência
- 3.5 Objetivos de marketing
- 3.6 Mercados-alvo
- 3.7 Posicionamento
- 3.8 Estratégias
 - a) Produto
 - b) Determinação de preço
 - c) Distribuição

4. Plano de Comunicação

- 4.1. Análise da segmentação de mercado

4.2. Análise do comportamento do consumidor

4.3. Objetivo de Mercado

4.4. Objetivo de comunicação

4.5. Briefing de Criação: (seguir o roteiro) Consiste nas informações apuradas do briefing levantado com o cliente que deve ser transmitido à Criação de forma clara e objetiva. Este briefing é material obrigatório na reunião de brainstorm. Segue abaixo os itens do briefing de criação:

- a) **Fato principal:** Descrição do produto ou serviço e sua situação atual no mercado.
- b) **Perfil do target:** O público alvo.
- c) **Descrição dos objetivos:** Problema que a publicidade deve resolver e o efeito que se espera da publicidade.
- d) **Benefícios:** Semelhantes e diferentes aos da concorrência.
- e) **Promessa:** O diferencial do produto/serviço. Melhor argumento motivador do produto em relação às oportunidades de mercado. Note que é a base para o tema e o foco da campanha.
- f) **Razão da Promessa (reason-why):** Por que o produto/serviço é capaz de oferecer esses benefícios. O que possibilita a promessa. O que garante.
- g) **Exigências e limitações:** Recomendações para a criação (caso necessário), política da empresa, recomendações de algumas restrições ou desejo dos executivos.
- h) **Timing:** Qual a estratégia deverá orientar os caminhos a serem tomados de toda campanha. A definir (de posicionamento; de reposicionamento; indiferenciada; de defesa; ofensiva; de informação; de testemunho; de comparação; de humor).

3.6. Budget

3.7. Ferramentas de Comunicação: definição e defesa (justificativa)

3.8. Avaliação e controle

5. Plano de Mídia

5.1. Introdução

5.2. Objetivos de Mídia

5.3. Estratégia de Mídia

5.4. Tática de Mídia

5.5. Breakdown e Orçamentos

6. Plano Criativo

6.1 Conceito

6.2 Temática

6.3 Linha Visual

6.4 Linha Textual

6.5 Detalhamento das peças e roteiros

ANEXO II – ESTRUTURA DO BOOK DO PROJETO EXPERIMENTAL

a) O texto deve ser impresso em papel sulfite tamanho ofício (A4), branco, digitada em editor de texto para computador, corpo 12, fonte “Times New Roman”, entrelinha 1,5.

b) Um exemplar atualizado e encadernado em capa dura na cor AZUL e outro exemplar corrigido pelo professor anteriormente (banca qualificação) e encadernado em espiral com capa transparente.

c) O PREX deve conter:

1. Nome da Universidade, Curso, da Agência, do Cliente, Cidade e Ano.
2. Página em branco (chama-se folha de respeito).
3. Folha de rosto: Nome da Universidade, Curso, da Agência, do Cliente, Nome e Código dos integrantes do grupo, Cidade e Ano.
4. Folha de Aprovação (utilize o mesmo modelo utilizado na monografia)
5. Dedicatória
6. Agradecimentos
7. Epígrafe
8. Resumo (de 10 a 15 linhas no máximo).
9. Palavras chave
10. Sumário
11. Carômetro
12. Logomarca e Papelaria da Agência (quantas folhas forem necessárias).
13. Análise da empresa cliente
14. Planejamento de Marketing
15. Plano de Comunicação
16. Plano de Mídia
17. Plano Criativo
18. Considerações finais.

Apêndices – peças e planilhas