

Aprovado pela Resolução n.º 27/Consun/2023 – em 10/05/2023

REGULAMENTO DO
PROJETO EXPERIMENTAL –
PESQUISA E CAMPANHA
PUBLICITÁRIA (PEX)

PUBLICIDADE E PROPAGANDA



PEX



CAPÍTULO I

DA FINALIDADE, CONCEITOS E OBJETIVOS

Art. 1.º Este Regulamento tem por finalidade normatizar as atividades práticas desenvolvidas no componente curricular Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc.

Parágrafo único. As atividades do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) são atos educativos direcionados à consolidação do perfil e das competências profissionais previstas no Projeto Pedagógico do Curso.

Art. 2.º O Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) é um componente obrigatório e as atividades práticas são regidas pela legislação vigente, pelo Regimento Interno da Unoesc e por este Regulamento.

Art. 3.º As atividades práticas desenvolvidas no componente curricular Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) têm por finalidade proporcionar ao estudante observações e vivências profissionais, que lhe garantam a experiência com os campos de atuação profissional, e devem oportunizar a realização de atividades supervisionadas que propiciem o desenvolvimento das aptidões, competências e habilidades estabelecidas na proposta curricular do Curso, a saber:

- I. identificar, confrontar e aplicar os conhecimentos teórico-práticos trabalhados ao longo do curso, com a realidade profissional;
- II. utilizar as competências desenvolvidas, juntamente com a criatividade, a autonomia, o agir ético e solidário, diante das situações vivenciadas;
- III. desenvolver a capacidade de investigação científica e habilidade técnica na elaboração e execução de projetos;
- IV. possibilitar a construção da identidade profissional, o que remete à necessidade de constante reflexão e análise crítica da prática profissional.

Art. 4.º As atividades práticas do componente Curricular Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) serão desenvolvidas na Agência do curso de Publicidade e Propaganda da Unoesc.

Parágrafo único. No componente de Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) deverão ser observadas as atividades da prática publicitária que exercitem as teorias midiáticas consideradas durante a formação acadêmica, articulando ensino, pesquisa e extensão.

Art. 5.º O total da carga horária do Componente Curricular de Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) corresponde a 240 horas.

Art. 6.º As atividades práticas no componente curricular Projeto Experimental – Campanha Publicitária (PEX) do Curso de Publicidade e Propaganda objetivam:

Universidade do Oeste de Santa Catarina⁽⁸²⁾

(Credenciada: Decreto Presidencial de 14/08/1996 (DOU: 15/08/1996). Recredenciada: Portaria n. 1.384 de 19/12/2018 (DOU: 20/12/2018, seção 1, pág. 126))
(Credenciada para oferta de cursos na modalidade a distância pela Portaria n. 258 de 24/03/2009 (DOU: 25/03/2009, seção 1, pág. 7))

- I. proporcionar ao estudante condições de experiências teórico-práticas em consonância com o aprendizado no Curso;
- II. capacitar para o planejamento, execução e avaliação de atividades profissionais e de pesquisa;
- III. proporcionar a oportunidade para praticar e desenvolver as habilidades e competências, preconizadas no Projeto Pedagógico do Curso;
- IV. oportunizar ao acadêmico a possibilidade de vivenciar a prática da Publicidade e Propaganda, na execução de pesquisa de mercado e campanha publicitária;
- V. aprimorar o senso crítico e o comportamento profissional e ético.

Art. 7.º As atividades práticas são acompanhadas pelos professores do componente, em todas as etapas de desenvolvimento do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX).

CAPÍTULO II DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Art. 8.º A estrutura organizacional relativa ao Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) do Curso de Publicidade e Propaganda é assim caracterizada:

- I. Coordenador do Projeto Experimental Campanha Publicitária (PEX);
- II. Professores orientadores;
- III. Estudantes matriculados no Componente Curricular.

Seção I Do Coordenador

Art. 9.º O coordenador do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) deverá ser, necessariamente, professor de componentes curriculares do núcleo de formação profissionalizante do Curso de Publicidade e Propaganda.

Art. 10 Compete ao Coordenador do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX):

- I. apresentar cronograma semestral de atividades;
- II. zelar pelo cumprimento do presente Regulamento, comunicando à Coordenação do Curso problemas e irregularidades;
- III. emitir normas e instruções aos professores orientadores;
- IV. supervisionar a frequência e o comprometimento dos estudantes;
- V. promover reuniões com os professores orientadores;
- VI. conferir as fichas de acompanhamento de atividades realizadas pelos professores orientadores;
- VII. propor e fazer cumprir, com a colaboração dos professores orientadores, o calendário de entrega e apresentação de defesa, perante banca, estabelecido em cronograma;

- VIII. supervisionar o trabalho desenvolvido pela banca avaliadora, coletando os respectivos pareceres e notas;
- IX. exercer as demais atribuições decorrentes da função;
- X. participar da banca avaliadora, quando da apresentação do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária.

Seção II Dos Professores Orientadores

Art. 11 O Orientador de Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) será um professor do Colegiado do Curso de Publicidade e Propaganda, com formação na área.

Art. 12 Compete ao professor orientador:

- I. realizar encontro semanal com os orientandos e ter a responsabilidade de assisti-los em seus questionamentos de caráter técnico e/ou teórico, com o objetivo de acompanhar e orientar as atividades desenvolvidas;
- II. indicar referências que subsidiem a realização das atividades;
- III. participar ativamente das reuniões com a coordenação do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária;
- IV. propor à Coordenação de Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) sugestões para o aprimoramento dos trabalhos;
- V. observar rigorosamente as questões éticas, segundo a legislação em vigor e as normas de apresentação de trabalhos (ABNT e Diretrizes para Elaboração de Trabalhos Científicos da Unoesc), mencionadas neste Regulamento;
- VI. participar da banca avaliadora, quando da apresentação do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária.

Seção III Dos Estudantes

Art. 13 Compete aos estudantes matriculados no componente curricular de Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX):

- I. ser assíduo e pontual no cumprimento das atividades do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX);
- II. recorrer ao Coordenador do Projeto Experimental – Campanha Publicitária (PEX) quando necessitar de esclarecimentos relacionados às normas e procedimentos;
- III. assinar presença na ficha das orientações;
- IV. cumprir horários e prazos estabelecidos pela Coordenação do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX);
- V. observar rigorosamente as questões éticas, segundo a legislação em vigor e as normas de apresentação de trabalhos (ABNT e Diretrizes para Elaboração de Trabalhos Científicos da Unoesc) mencionadas neste Regulamento;
- VI. protocolar eletronicamente o Projeto Experimental – Campanha Publicitária em um único arquivo em formato PDF - *Portable Document Format* - não editável, por meio do AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem), ou outro sistema informado pelo

- coordenador do Projeto Experimental – Campanha Publicitária (PEX), desde que este possa ser auditável e que ofereça controle de entrega, conforme definido no Plano de Ensino e Aprendizagem.
- VII. entregar na Secretaria do Curso, 07 (sete) dias após a defesa, as alterações sugeridas pela banca avaliadora, em 1 (uma) cópia impressa, sem encadernação, do Projeto;
 - VIII. Experimental – Campanha Publicitária, incluindo um CD, DVD ou pen drive anexo contendo: arquivos de produção eletrônica (áudio e vídeo), arquivos de produção gráfica (em formato .jpeg e também em formato .ai) e arquivo do trabalho completo em .pdf;
 - IX. apresentar o projeto experimental, em grupo, evidenciando a participação de cada estudante no trabalho e na apresentação para a banca avaliadora;
 - X. responder por quaisquer perdas e/ou danos de equipamentos e de instalações.

CAPÍTULO III DAS ATIVIDADES PRÁTICAS, PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO E FREQUÊNCIA

Seção I Do Projeto

Art. 14 O Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) será desenvolvido por grupos compostos de três a quatro estudantes e abrange o desenvolvimento de uma pesquisa de mercado e de uma campanha publicitária para uma ação ou empreendimento desenvolvido pelo grupo, obedecendo preceitos técnicos e éticos pertinentes à atividade profissional.

§ 1.º Caso a composição dos grupos não possa ser constituída com três ou quatro estudantes, o professor coordenador do Projeto Experimental, mediado pela Coordenação do curso, decidirá como deve ser constituída a organização dos grupos.

§ 2.º O conteúdo dos projetos deve ser inédito, ou seja, a produção deve ser original e produzida pelos estudantes.

Art. 15 O Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária deve ser acompanhado de um memorial descritivo, que deverá conter em sua estrutura textual:

- I. capa;
- II. folha de rosto;
- III. folha de aprovação;
- IV. resumo;
- V. lista de ilustrações (quando houver);
- VI. sumário;
- VII. introdução;
- VIII. memorial descritivo dos itens:
 - a. *briefing*;
 - b. pesquisa mercadológica;
 - c. planejamento de comunicação;
 - d. criação – redação e direção de arte;

Universidade do Oeste de Santa Catarina⁽⁸²⁾

(Credenciada: Decreto Presidencial de 14/08/1996 (DOU: 15/08/1996). Recredenciada: Portaria n. 1.384 de 19/12/2018 (DOU: 20/12/2018, seção 1, pág. 126))
(Credenciada para oferta de cursos na modalidade a distância pela Portaria n. 258 de 24/03/2009 (DOU: 25/03/2009, seção 1, pág. 7))

- e. planejamento de mídia;
- f. produção gráfica;
- g. produção eletrônica.
- IX. campanha publicitária com os itens:
 - a. *briefing*;
 - b. pesquisa mercadológica;
 - c. planejamento de comunicação;
 - d. criação – redação e direção de arte;
 - e. planejamento de mídia;
 - f. produção gráfica;
 - g. produção eletrônica.
- X. considerações finais (ou conclusão);
- XI. referências;
- XII. apêndices e/ou anexos (quando for o caso).

Art. 16 O projeto deverá seguir as diretrizes para elaboração de trabalhos científicos da Unoesc e as Normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Art. 17 No processo de elaboração do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária deverão ser desenvolvidas as seguintes ações:

- I. elaboração do cronograma, com a programação previamente estabelecida para o componente de Projeto Experimental – Campanha Publicitária, pelo respectivo coordenador e orientadores;
- II. reunião dos estudantes com o coordenador do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária para orientar sobre o cumprimento do cronograma estabelecido, bem como as formas de utilização dos equipamentos laboratoriais do curso;
- III. reunião dos estudantes com os professores orientadores, de acordo com o cronograma, para o Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária;
- IV. entrega e apresentação, ao final do semestre, em banca pública, do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária acompanhados do memorial descritivo, de acordo com o cronograma estabelecido pela Coordenação do Curso no Plano de Ensino e Aprendizagem do componente curricular.

Seção II Da avaliação

Art. 18 A avaliação do Projeto Experimental compreende:

- I. a elaboração de Projeto de Campanha Experimental;
- II. a apresentação em banca pública.
- III. a entrega da versão final do Projeto de Campanha Experimental, nas versões escrita e digital.

Art. 19 A avaliação do Projeto Experimental envolverá os professores orientadores e a banca avaliadora.

Art. 20 As notas atribuídas em todas as etapas de desenvolvimento do Projeto Experimental obedecerão à escala de 0 a 10 (zero a dez) pontos.

Art. 21 O estudante deverá ser avaliado individualmente, no projeto escrito e na apresentação à banca, de forma contínua processual pelo(s) professor(es) orientador(es), de acordo com os critérios estabelecidos nos Anexos A e B.

Art. 22 Será considerado aprovado o estudante que:

- I. atingir frequência igual ou superior a 75%;
- II. média final mínima de 7,0 (sete) pontos.

§1º O componente de Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) não prevê a realização de provas como método avaliativo de A1;

§2º O estudante que não atingir a média 7,0 (sete) pontos estará automaticamente reprovado, não havendo possibilidade de exame A2.

Art. 23 A média do componente curricular será calculada pela média aritmética simples das notas atribuídas pelo(s) professor(es) orientador(es) do Projeto Experimental e pela Banca.

Seção III Da Banca Avaliadora

Art. 24 Compete à banca avaliadora examinar e avaliar os trabalhos do Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária.

§ 1.º A banca avaliadora será constituída pelos seguintes membros:

- I. o coordenador de Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária, que a preside;
- II. os professores orientadores de Projeto Experimental;
- III. um professor ou profissional da área da publicidade e propaganda, convidado pelo Coordenador do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária.

§ 2.º Quando o professor orientador de Projeto Experimental também atuar como professor coordenador do Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária, não será indicado professor substituto.

§ 3.º A coordenação de Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária deverá indicar um professor substituto caso algum dos membros indicados para a composição da Banca Avaliadora não possa comparecer.

Art. 25 Compete ao presidente da Banca Avaliadora:

- I. presidir a banca;

- II. examinar previamente os trabalhos e registrar as sugestões da banca;
- III. redigir a ata da sessão de apresentação.

Art. 26 Compete aos demais membros da Banca: examinar previamente os trabalhos a eles designados, dentro do prazo estabelecido pela coordenação do curso;

- I. avaliar e atribuir notas baseadas exclusivamente nos trabalhos avaliados e na apresentação;
- II. sugerir, caso necessário, que o(s) estudante(s) reformule(m) aspectos do Projeto Experimental – Campanha Publicitária.

Art. 27 O Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária deverá ser apresentado à banca pelo grupo de estudantes responsáveis pela elaboração da Campanha Publicitária, que deverão:

- I. apresentar oralmente o Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária;
- II. responder aos questionamentos dos membros da banca avaliadora;
- III. entregar versões escrita e digital do projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária, conforme definido no Plano de Ensino e Aprendizagem;
- IV. atender às solicitações da banca avaliadora, de acordo com o prazo estabelecido no Plano de Ensino e Aprendizagem.

§ 1.º O estudante deverá protocolar na Secretaria do Curso, cópia escrita do projeto Campanha Publicitária com 15 (quinze) dias antes da data de apresentação à Banca Avaliadora, de acordo com o cronograma estabelecido pela Coordenação do Curso.

§ 2.º Os estudantes terão o tempo máximo de 15 minutos para a apresentação do trabalho.

§ 3.º Quando sugerida pelos membros da banca a reformulação de aspectos fundamentais do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária, o prazo de apresentação com as alterações é de, no máximo, 07 (sete) dias subsequentes à data da apresentação.

§ 4.º Caso o estudante não efetive as reformulações no tempo determinado para nova avaliação do professor orientador, estará automaticamente reprovado no componente curricular.

§ 5.º A versão definitiva do Projeto Experimental – Pesquisa e Campanha Publicitária deverá ser protocolada na Secretaria do curso.

Art. 28 Em caso de comprovação de plágio ou da realização do trabalho por terceiros, no todo ou em partes, o(s) estudante(s) serão reprovados(s) no Componente Curricular em curso.

Art. 29 Ao estudante matriculado que tenha sido reprovado no componente curricular Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) é vedada uma nova apresentação, qualquer que seja a alegação, no mesmo semestre da reprovação.

CAPÍTULO IV

Universidade do Oeste de Santa Catarina⁽⁸²⁾

(Credenciada: Decreto Presidencial de 14/08/1996 (DOU: 15/08/1996). Recredenciada: Portaria n. 1.384 de 19/12/2018 (DOU: 20/12/2018, seção 1, pág. 126))
(Credenciada para oferta de cursos na modalidade a distância pela Portaria n. 258 de 24/03/2009 (DOU: 25/03/2009, seção 1, pág. 7))

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 30 A obediência aos princípios do Código de Ética do Publicitário, à legislação em vigor, ao Regimento Interno da Unoesc e o que estabelece este Regulamento são determinantes para todos os envolvidos no processo.

Art. 31 Compete à Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda e à Coordenação do Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária (PEX) fazer cumprir as normas que constam deste Regulamento.

Art. 32 Os casos omissos neste Regulamento, assim como todo e qualquer dívida ocorrida nas fases de desenvolvimento e conclusão do Projeto Experimental - Pesquisa e Campanha Publicitária, serão resolvidos, em primeira instância pelo Colegiado do Curso.

Art. 33 Este Regulamento entra em vigor a partir da data da sua publicação.

Joaçaba/SC, 10 de maio de 2023.

Prof. Ricardo Antonio De Marco
Presidente do Conselho Universitário

ANEXO A
FICHA DE AVALIAÇÃO DOS PROFESSORES ORIENTADORES
PROJETO EXPERIMENTAL – PESQUISA E CAMPANHA PUBLICITÁRIA
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estudante 1:
Estudante 2:
Estudante 3:
Estudante 4:
Título do projeto:
Professor(es) Orientador(es):

(Utilize notas de 0 (zero) a 10 (dez) para cada um dos quesitos)

1. AVALIAÇÃO DO TRABALHO ESCRITO	NOTA			
	1	2	3	4
Nome do estudante:				
1.1 Adequação metodológica e atendimento às normas da ABNT adotadas pela Unoesc;				
1.2 Qualidade do embasamento teórico;				
1.3 Qualidade da pesquisa de mercado (projeto de pesquisa, aplicação e análise dos resultados);				
1.4 Qualidade da campanha publicitária (briefing, planejamento de comunicação, planejamento de mídia, criação – redação, criação – direção de arte; produção gráfica, eletrônica e web);				
1.5 Cumprimento das etapas, recomendações, prazos e presenças às orientações acordadas entre orientandos e orientador para o desenvolvimento do trabalho;				
1.6 Coerência: o Projeto Experimental – Campanha Publicitária deverá conter introdução, desenvolvimento e conclusões coerentes, lógicos, articulados, ordenados e sistematizados;				
1.7 Consistência: capacidade de resistir a argumentações contrárias, o que pressupõe profundidade, conhecimento e raciocínio lógico;				
1.8 Criatividade: capacidade de explorar diferentes caminhos;				
1.9 Objetividade: apuração, interpretação, registro e divulgação objetiva do material coletado;				
1.10 Ética: tratamento ético na coleta de material empírico e sigilo de fontes, bem como atitude de transparência no trato com pessoas e profissionais que venham a contribuir com o trabalho, obedecendo rigorosamente ao Código de Ética Publicitária e a legislação em vigor que trata dos direitos autorais.				
MÉDIA				

Observação: A pontuação máxima é de 10 pontos.



Universidade do Oeste de Santa Catarina⁽⁸²⁾

(Credenciada: Decreto Presidencial de 14/08/1996 (DOU: 15/08/1996). Recredenciada: Portaria n. 1.384 de 19/12/2018 (DOU: 20/12/2018, seção 1, pág. 126))
(Credenciada para oferta de cursos na modalidade a distância pela Portaria n. 258 de 24/03/2009 (DOU: 25/03/2009, seção 1, pág. 7))

Professor(es) Orientador(es):

NOME

ASSINATURA

NOME

ASSINATURA

Observações:

ANEXO B
FICHA DE AVALIAÇÃO DA BANCA AVALIADORA
APRESENTAÇÃO EM BANCA DO PROJETO EXPERIMENTAL – PESQUISA E
CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estudante 1:
Estudante 2:
Estudante 3:
Estudante 4:
Título do projeto:
Professor(a) Avaliador(a):

(Utilize notas de 0 (zero) a 10 (dez) para cada um dos quesitos)

1. AVALIAÇÃO DO TRABALHO ESCRITO	NOTA			
ALUNO	1	2	3	4
1.1 Coerência dos objetivos do trabalho;				
1.2 Coerência estrutural do trabalho (tema, objetivos, justificativa, desenvolvimento e conclusão)				
1.3 Elaboração do embasamento teórico;				
1.4 Correlação com a realidade da comunicação contemporânea;				
1.5 Adequação metodológica e atendimento às normas da ABNT adotadas pela Unoesc;				
1.6 Qualidade da pesquisa de mercado (projeto de pesquisa, aplicação e análise dos resultados);				
1.7 Qualidade da campanha publicitária (briefing, planejamento de comunicação, planejamento de mídia, criação – redação, criação – direção de arte; produção gráfica, eletrônica e web);				
2. AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL	NOTA			
	1	2	3	4
2.1 Qualidade e capacidade de arguição (clareza, objetividade, tempo);				
2.2 Qualidade e capacidade visual (layout da apresentação e postura);				
2.3 Domínio do tema/conteúdo;				
MÉDIA				

Observação: A pontuação máxima é de 10 pontos.

Prof. Avaliador(a) :

NOME

ASSINATURA

Observações:

ATOS DE APROVAÇÃO

ÁREA DAS CIÊNCIAS SOCIAIS ATA Nº 32/2023

ATA DA REUNIÃO DO COLEGIADO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA (17/04/2023)

Aos dezessete dias do mês de abril do ano de 2023, às 15h00, reuniram-se, na Agência Experimental, sala 328 – do Bloco III, os membros do Colegiado do Curso de Publicidade e Propaganda do Campus de Joaçaba, os professores Arnaldo Telles Ferreira, Camila Rostirola, Mauricio Farinon, Marcio Giusti Trevisol, Silvia Spagnol Simi dos Santos, Tadiane Regina Popp e Vanessa Angélica Balestrin. Os seguintes alunos justificaram a ausência: Ana Beatriz Ferreira, Davi Alexandre Schoenardie, Gabriely Pissoli Levandoski e Luana Victoria Becker para tratar da seguinte pauta: **1) Regulamento Projeto Experimental – Campanha Publicitária PEX.** O coordenador iniciou a reunião cumprimentando e agradecendo a presença de todos. Na sequência, solicitou à secretária a leitura da ATA da última reunião do colegiado, que foi lida e aprovada por todos. Na sequência, passou para o item da pauta. **1) Discussão e aprovação do Regulamento do Projeto Experimental – Campanha Publicitária (PEX).** O professor Paulo submeteu o documento à discussão e aprovação do colegiado, destacando que a redação final foi enviada a todos para leitura e análise prévia. O professor registrou que o trabalho de elaboração do documento foi assessorado pelo Núcleo Pedagógico (NAP). A professora Silvia e a professora Vanessa manifestaram-se dizendo que a nova redação aperfeiçoou os processos de planejamento e avaliação. Os demais professores presentes concordaram. Submetido a votação, o Regulamento foi aprovado por unanimidade. O professor Paulo Ricardo dos Santos agradeceu a participação e colaboração de todos. Para registro das decisões, lavrou-se a presente ata que será submetida à aprovação dos presentes e assinada pelo Coordenador do Curso e pela(o) secretária(o), atestando a presença dos demais.

Joaçaba, 17 de abril de 2023.


Paulo Ricardo dos Santos

Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda


Bianca Demori Pilatti

Secretária