



**MANUAL DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO DO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**2011**

Diretor Geral  
**Ednilton Gomes de Soárez**

Diretor Acadêmico  
**Ednilo Gomes de Soárez**

Elaborador  
**Prof. Leonardo Paiva**

Coordenação do Curso de Comunicação Social  
**Prof. Juliana Lotif**

## Nota Preliminar 2011.2

### Comunicado da Coordenação de Estágio Supervisionado – Publicidade e Propaganda

Caro aluno,

As disciplinas de estágio supervisionado I e II funcionam de forma similar às orientações de monografias. Não há aulas convencionais. Você terá a indicação de um professor orientador e deverá procurá-lo e agendar seus encontros.

Em 2011.2 montamos um calendário com os prazos limites para a entrega das documentações e verificações, conforme segue:

**16 de agosto** – Reunião Inicial (presença obrigatória)

**16 de setembro** – Prazo Final para entrega da VPI e documentos

Mês de outubro – Visita do professor orientador ao local de estágio

**16 de novembro** – Prazo final para entrega da VPII

**16 de dezembro** – Prazo final para entrega da VF e documentos avaliativos. Reunião de encerramento: apresentação dos resultados. (presença obrigatória)

As divisões das notas das verificações parciais estão dispostas no manual a seguir, no item 4.3.1.

Todo o seu material deverá ser entregue e protocolado na sala dos professores do 5º andar em atenção ao seu professor orientador até a data limite de cada verificação. Nenhum professor supervisor (orientador) está autorizado a receber material de verificação por e-mail ou qualquer outra forma.

O não cumprimento dos prazos acarretará automaticamente em nota ZERO.

A tabela a seguir resume a documentação que deve ser entregue em cada etapa:

VPI (16 de Setembro)	VPII (16 de Novembro)	VF (16 de Dezembro)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificação*</li><li>• Solicitação de Supervisão (p.13)</li><li>• Cópia da Comprovação de estágio (Contrato, declaração, carteira de trabalho, autorização, etc)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificação*</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificação* (encadernada e em 2 vias)</li><li>• Anexo vii</li><li>• Anexo viii</li><li>• Comprovação de estágio</li></ul>

\* A verificação varia de acordo com a categoria escolhida em conjunto com o orientador (Relatório, Campanha ou Artigo). Cada etapa possui uma verificação específica, que corresponde a evoluções para a realização da verificação final, que é um trabalho completo.

Leia atentamente TODO o manual a seguir e se persistir qualquer dúvida procure seu orientador ou a Coordenação de Estágio Supervisionado.

Atenciosamente,

Prof. Leonardo Paiva  
Coord. Estágio Supervisionado – Publicidade

## 1. INTRODUÇÃO

A coordenação de Estágio Supervisionado juntamente com a Coordenação do Curso de Comunicação Social apresenta aos seus alunos e a toda comunidade acadêmica seu Manual de Estágio Supervisionado, que se constitui como um documento interno do Curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda da Faculdade 7 de Setembro (FA7), e que tem como objetivo reger as atividades relativas ao exercício da disciplina Estágio Supervisionado.

Na estrutura curricular do Curso de Publicidade e Propaganda da FA7, as disciplinas de Estágio Supervisionado I e II representam um campo privilegiado para o exercício da prática profissional supervisionada, proporcionando oportunidades para análise desta prática à luz dos conteúdos teóricos inseridos no curso.

O Estágio Supervisionado é requisito legal para obtenção do Grau de Bacharelado no curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda.

Entende-se por Estágio Supervisionado da FA7, as atividades de aprendizagem social, cultural e profissional, proporcionadas pela participação do estudante em situações reais de vida e de trabalho, sendo realizada na comunidade em geral ou junto a pessoas jurídicas de direito público ou privado, sob a coordenação e supervisão da Instituição de Ensino Superior – FA7.

O Curso de Comunicação Social da FA7, detém em sua matriz curricular a atividade de Estágio Supervisionado, que deverá ser realizado em um período de até 01 (um) ano, totalizando 140 horas, podendo ser distribuída em disciplinas de 80 e 60 horas de acordo com suas especificações, proporcionando ao aluno maior flexibilidade e possibilitando a experiência prática de seu aprendizado em mais de uma empresa.

Este manual se apresenta como ferramenta útil para o bom desenvolvimento do estágio supervisionado empreendido pelos alunos do curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda – da Faculdade 7 de Setembro, trazendo todas as orientações e informações necessárias, apontando os caminhos que nosso alunado deve percorrer para o melhor cumprimento dessa tarefa.

Cabe-nos salientar, contudo, que, se ao final da leitura atenta deste documento, ainda persistirem dúvidas ou indagações, o aluno deve procurar conversar com o Coordenador de Estágio Supervisionado, ou com o Coordenador do Curso, que o auxiliarão no encontro das soluções e respostas mais adequadas e pertinentes.

## **2. DAS ÁREAS ESPECÍFICAS DE ATUAÇÃO**

As áreas Específicas de atuação para efeito de estágio supervisionado do Curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda da Faculdade 7 de Setembro são:

- Criação e produção de peças gráficas e audiovisuais em comunicação;
- Planejamento de mídia e Comunicação;
- Promoção de vendas como apoio a campanhas publicitárias;
- Ações de marketing como estratégias em campanhas publicitárias;
- Ações de pesquisa em comunicação e marketing para fins de campanha publicitária;
- Ações promocionais e institucionais;
- Ações de comunicação dirigida;
- Comunicação publicitária para web;
- Redação Publicitária;
- Ações de atendimento e gerenciamento de clientes para fins publicitários.

O estágio realizar-se-á, obrigatoriamente nas áreas específicas de atuação indicadas acima, não sendo válidas, para fins de estágio supervisionado, atuação profissional não correspondente a essas mesmas áreas.

## **3 DISPOSIÇÕES GERAIS**

### **3.1 DEFINIÇÃO**

Segundo o Art. 1º parágrafo 1º da Lei n. 11.788: “Estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam freqüentando 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.”.

Portanto, o estágio é o período de exercício pré-profissional, previsto em currículo, em que o estudante de graduação permanece em contato direto com o ambiente de trabalho, desenvolvendo, junto a empresas públicas ou privadas, atividades fundamentais, profissionalizantes ou comunitárias, programadas ou projetadas, avaliáveis conceitualmente, com duração e supervisão constantes.

Tal atividade possibilita a ampliação dos conhecimentos teóricos, bem como a sua complementação, dotando o estudante de instrumental prático, indispensável ao perfeito desempenho de suas futuras atividades profissionais.

## 3.2 LEGISLAÇÃO

O estágio supervisionado do curso de Comunicação Social obedece à seguinte legislação:

- Lei N. 11.788, de 25 de Setembro de 2008, que dispõe sobre estágios de estudantes de estabelecimentos de ensino superior e de ensino profissionalizante do 2º grau e supletivo e dá outras providências.
- Decreto n. 87.497 de 18 de agosto de 1982, tendo a duração mínima estabelecida pela Resolução n. 2, de 04 de outubro de 1993.
- Normas regimentais da empresa concessionária do estágio supervisionado.

## 3.3 ESTÁGIO SUPERVISIONADO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1. O aluno deverá estar devidamente matriculado na disciplina correspondente à atividade de Estágio Supervisionado I e/ou II
2. A disciplina de Estágio Supervisionado deverá ser conduzida por um professor supervisor da disciplina, denominado PROFESSOR ORIENTADOR.
3. O **FA7 Carreiras** poderá servir de intermediário entre a empresa e o aluno, dando suporte e auxiliando-o nas suas decisões, juntamente com o professor coordenador de estágio supervisionado e a Coordenação de Comunicação Social;
4. O **FA7 Carreiras** poderá ser responsável pela celebração do Termo de Convênio e Termo de Compromisso de Estágio entre o estudante e a parte concedente da oportunidade do estágio curricular. Estes documentos constituirão comprovantes exigíveis pela autoridade competente da inexistência de vínculo empregatício. No Estágio, onde o conteúdo aplicado for consultoria organizacional, será necessária declaração de autorização de Estudo Organizacional para realização do projeto e execução de consultoria.
5. O artigo 3º da Lei n. 11.788 define que para caracterização e definição do estágio curricular é necessária a existência de instrumento jurídico, no qual estarão acordadas todas as condições de realização do estágio.
6. O artigo 3º da Lei n. 11.788 define que a realização do estágio curricular por

- parte do estudante não acarretará vínculo empregatício de qualquer natureza.
7. Caso o aluno não consiga estágio supervisionado curricular para o semestre que está matriculado, poderá optar pelo trancamento da disciplina dentro do prazo previsto no calendário acadêmico da FA7 ou por realizar suas atividades na Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da FA7 ou demais monitorias do Curso de Comunicação, respeitando a disponibilidade de vagas e as regras para admissão de alunos. Caso não providencie o trancamento, o aluno será considerado reprovado na disciplina.
  8. Em caso de não efetivação das disciplinas de Estágio Supervisionado, o aluno estará em dependência, devendo em uma oportunidade posterior matricular-se para o cumprimento dessa exigência curricular.
  9. O não cumprimento do disposto no item anterior implicará na desvinculação do aluno com a FA7 e na impossibilidade do fornecimento de quaisquer documentos referentes à conclusão de curso.
  10. O Estágio Supervisionado deverá ser realizado em organizações regularmente constituídas, que ofereçam condições essenciais que permitam ao aluno explicitar seus conhecimentos técnico-científicos, vinculados às disciplinas de formação profissional.
  11. O professor orientador da disciplina poderá realizar, conforme data acordada com aluno e empresa, visita(s) durante o semestre letivo ao local do estágio, onde o aluno deverá estar cumprindo as horas práticas obrigatórias.
  12. Para início das atividades estabelecidas nas disciplinas de estágio supervisionado I e II, o aluno deverá entregar à Coordenação de Estágio Supervisionado, **até a data de recebimento da VPI de estágio supervisionado:**
    - a) Solicitação de Supervisão de Estágio (anexo I)
    - b) Fotocópia do Termo de Compromisso de Estágio ou do Contrato de Trabalho ou da Carteira de Trabalho devidamente assinada ou Declaração, comprovando vínculo com uma organização.
    - c) Autorização de Estudo Organizacional (anexo II).
  13. Caberá ao professor orientador da disciplina ou ao Coordenador do estágio supervisionado a aprovação ou não da empresa escolhida, decisão essa baseada nos critérios estipulados nesse manual.
  14. Todos os documentos e relatórios deverão ser apresentados ao coordenador do estágio supervisionado em comunicação em 2 (duas) vias.

15. O Estágio Supervisionado deve seguir os métodos e técnicas da metodologia científica. Para o curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, o aluno deverá consultar as **Normas de Apresentação de Trabalhos Acadêmicos e Científicos** da FA7.
16. Caso o aluno venha a se desligar da empresa onde estiver estagiando e ingressar em uma outra durante o semestre letivo, o aluno deverá refazer todos os procedimentos de convênio junto à Coordenação de Estágio, bem como refazer os relatórios previamente elaborados com os dados da empresa atual, além de apresentar os documentos solicitados no item 12 desta sessão com os dados do novo estágio.
17. Casos omissos serão resolvidos, em primeira instância, pelo Coordenador do Estágio Supervisionado em Comunicação, e em segundo pela Coordenação do Curso.

## **4 NORMAS PARA A DISCIPLINA DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

### **4.1 PRÉ-REQUISITO PARA ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

Para matricular-se nas disciplinas de estágio supervisionado, os alunos do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda deverão ter cursado, com aprovação e como pré-requisito para:

- a) Estágio Supervisionado I – As disciplinas de Planejamento II (código 066) e Teorias da Comunicação II (código 087)
- b) Estágio Supervisionado II – A disciplina de Estágio Supervisionado II, sendo prevista a quebra deste pré-requisito no caso das disciplinas Estágio Supervisionado I e II serem cursadas em conjunto.

### **4.2 CARGA HORÁRIA DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

Cada disciplina de estágio supervisionado terá a carga horária total de acordo com o quadro abaixo. Os acompanhamentos individuais para os alunos de estágio supervisionado serão divididos segundo calendário acadêmico da FA7 divulgado pela coordenação do curso e coordenador da disciplina de estágio supervisionado, podendo



ser composto de reuniões com aulas expositivas, seminários de temas emergentes, estudos de caso, entre outros.

<b>Disciplina</b>	<b>Carga Horária (horas/aula)</b>
Estágio Supervisionado I	80
Estágio Supervisionado II	60

As disciplinas de Estágio Supervisionado I e II da nova matriz, têm carga horária total de 140 h/aula, que serão divididas conforme tabela acima, proporcionando ao aluno maior flexibilidade e possibilitando a experiência prática de seu aprendizado em mais de uma empresa e campo de atuação do profissional de comunicação social – publicidade e propaganda. O produto final de cada uma das disciplinas será definido pelo professor orientador.

A definição do produto final das disciplinas de Estágio Supervisionado I e II deverá ser estabelecida em comum acordo do aluno e do seu supervisor acadêmico, o professor orientador.

#### 4.3 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

A avaliação final do aluno nas disciplinas de Estágio Supervisionado será elaborada mediante a composição de 03 (três) notas, cada qual com variando de Zero a 10, em sintonia com o processo de avaliação da FA7:

##### **- Estágio Supervisionado I e II:**

- As avaliações para as disciplinas de Estágio Supervisionado I e II poderão ser constituídas através de três sistemas independentes:
  - a) Briefing Completo com o mapeamento dos objetivos e das políticas de comunicação da organização onde se realizou o estágio, e posterior Planejamento de Campanha, denominado **CAMPANHA**.
  - b) Plano e Relatórios de Intervenções na organização com Produção de Portifólio, denominado **RELATÓRIO**.
  - c) Elaboração de artigo científico, através de estudo de caso do estágio realizado pelo aluno, denominado **ARTIGO**.

Possibilitando ao aluno que escolha juntamente com o professor orientador do

estágio, seu supervisor acadêmico, a forma que mais se adequa a seu perfil, ao tipo de serviço prestado pelo estagiário e ao local onde o estágio é desenvolvido.

Por entender o estágio supervisionado como uma disciplina prática, **os alunos deverão, em pelo menos uma das disciplinas, ser avaliados através do sistema RELATÓRIO ou CAMPANHA**, ficando o aluno que optou por realizar as disciplinas de Estágio Supervisionado I e II em conjunto obrigado a optar pelo primeiro ou segundo método de avaliação. Fica à critério do professor orientador, em comum acordo com o aluno e Coordenação de Estágio Supervisionado, exigir ou não, nesses casos, um outro sistema de avaliação, podendo avaliar as duas disciplinas em conjunto no decorrer do semestre e aplicar para efeito de registro a mesma nota.

#### 4.3.1 COMPOSIÇÃO DAS NOTAS

##### **A. Campanha:**

**VPI** - A primeira nota refere-se ao **Briefing Completo**, que deverá ser apresentado em data estabelecida pelo supervisor da disciplina de acordo com o calendário do semestre letivo e deverá conter:

- a) capa; b) folha de rosto; c) sumário; d) identificação da empresa e do aluno; e) objetivos; g) leitura prévia da organização j) recursos humanos e materiais

Fica a critério do professor orientador estabelecer mais itens que julgue necessário para a boa execução do posterior planejamento e campanha, de acordo com o anexo III ou quaisquer outros modelos que julgue pertinente.

**VPII** - A segunda nota refere-se ao **Planejamento de Campanha** (anexo III) que deverá ser apresentado em data estabelecida pelo supervisor da disciplina de acordo com o calendário do semestre letivo, devendo conter também:

- a) capa; b) identificação da empresa e do aluno; c) objetivos; d) caracterização do local do estágio; e) Briefing Completo com o diagnóstico organizacional e os objetivos de comunicação.

**VF** - A terceira nota refere-se à **Campanha e ao Planejamento de Comunicação**, que será o desenvolvimento do trabalho iniciado para a nota

parcial I e II com a elaboração do briefing do planejamento de comunicação (anexo III), que deverá ser anexado corrigido e acrescido dos seguintes elementos:

a) Planejamento de Campanha; b) Auto-avaliação; c) Anexos (peças desenvolvidas).

As notas de VPI, VP II e VP III deverão referir-se também ao nível de aplicação do aluno no desenvolvimento do “Briefing Completo com o mapeamento dos objetivos e das políticas de comunicação da organização, e posterior Planejamento de Campanha”, na participação nas supervisões e no desenvolvimento dos elementos previstos no anexo II, III, VII e VIII.

## **B. RELATÓRIO**

**VPI** - A primeira nota refere-se ao Plano de Estágio (anexo IV), que deverá ser apresentado em data estabelecida pelo supervisor da disciplina de acordo com o calendário do semestre letivo e deverá conter:

a) capa; b) folha de rosto; c) sumário; d) identificação da empresa e do aluno; e) objetivos; f) fundamentação teórica; g) leitura prévia da organização; h) planejamento das atividades; i) cronograma de atividades a serem desenvolvidas no semestre; j) recursos humanos e materiais; k) bibliografia.

**VP II**- A segunda nota refere-se ao Relatório Parcial de Intervenções Organizacionais (anexo V) que deverá ser apresentado em data estabelecida pelo supervisor da disciplina de acordo com o calendário do semestre letivo, devendo conter:

b) capa; b) identificação da empresa e do aluno; c) objetivos; d) caracterização do local do estágio; e) diagnóstico organizacional e de comunicação.

**VF**- A terceira nota refere-se ao Relatório Final de Intervenções Organizacionais (anexo V), que será a complementação do Relatório Parcial corrigido e acrescido dos seguintes elementos:

c) intervenções organizacionais;  
d) portfólio com peças e casos desenvolvidos pelo ou com a participação do

aluno;

- e) planejamento das ações futuras;
- f) justificativa de modificações no plano de estágio;
- g) auto-avaliação;
- h) bibliografia.

As notas de VPI, VP II e VP III deverão referir-se também ao nível de aplicação do aluno no desenvolvimento do Plano de Estágio e Relatórios de Intervenções Organizacionais, na participação nas supervisões e no desenvolvimento dos elementos previstos nos anexos IV, V, VII e VIII.

### **C. ARTIGO CIENTÍFICO**

As notas deverão referir-se à elaboração de artigo científico, através de estudo de caso do estágio realizado pelo aluno (anexo VI), sendo assim distribuídas:

**VPI** - A primeira nota refere-se à produção dos objetivos e do referencial teórico do artigo.

**VP II**- A segunda nota refere-se à metodologia e a apresentação dos resultados obtidos.

**VP III**- A terceira nota será atribuída por efeito da entrega do artigo científico completo.

**\* O aluno de Estágio Supervisionado I e II deverá entregar, obrigatoriamente, ao seu supervisor local, para posterior repasse ao professor orientador e à Coordenação de Estágio Supervisionado em Comunicação da FA7, até o último dia do semestre letivo, a Ficha de Auto-Avaliação do Estagiário (anexo VII) e Ficha de Acompanhamento de Estágio da Organização (anexo VIII).**

## ANEXO I – Solicitação de Supervisão de Estágio

### SOLICITAÇÃO DE SUPERVISÃO DE ESTÁGIO



UNIDADE CONCEDENTE	
1. RAZÃO SOCIAL:	
2. CNPJ:	
3. ENDEREÇO:	
4. CIDADE:	
5. FONE/FAX:	
6. REPRESENTANTE LEGAL:	CARGO:
7. PESSOA DE CONTATO:	CARGO:
8. FONE:	

  

ESTAGIÁRIO	
1. NOME:	
2. ENDEREÇO:	
3. BAIRRO:	
4. CIDADE/UF:	
5. FONE: ( )	FAX:
6. CPF:	
7. IDENTIDADE:	
8. DATA DE NASCIMENTO:	___/___/___
9. CURSO/SEMESTRE:	
10. MATRÍCULA	
11. E-MAIL	

#### INFORMAÇÕES GERAIS:

- a) Prazo de vigência do Estágio: \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_
- b) Horário de Estágio das \_\_\_\_\_ às \_\_\_\_\_, totalizando \_\_\_\_ horas semanais
- c) Supervisor no local de Estágio \_\_\_\_\_ Telefone: \_\_\_\_\_
- d) Indicação de Professor Supervisor: \_\_\_\_\_
- e) Bolsa-Auxílio mensal, inicial de R\$ \_\_\_\_\_

#### ATIVIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS PELO ESTAGIÁRIO:

---

---

---

---

**ANEXO II – Autorização de Estudo Organizacional**

**- USAR PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA -**

**Autorização de Estudo Organizacional**

Autorizamos, para fins de estudo acadêmico e conclusão da disciplina de estágio supervisionado, do curso de Comunicação Social da Faculdade 7 de Setembro, o Sr.(a) \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_ e CPF \_\_\_\_\_, a desenvolver, nesta empresa, atividades relacionadas à coleta de informações para o mapeamento da estrutura e da dinâmica organizacional e de comunicação, visando o cumprimento das exigências para a realização de estágio supervisionado, na área de \_\_\_\_\_, no período de \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ a \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_, com um total de \_\_\_\_\_ horas.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Carimbo do CNPJ da empresa:



\_\_\_\_\_  
Assinatura do representante legal

## **ANEXO III– Estrutura do Briefing Completo e Planejamento de Campanha.**

### **01. IDENTIFICAÇÃO**

- Nome do Estagiário/ Tipo de Estágio/ Local do Estágio/ Data de Início do Estágio/ Previsão de Término/ Total de Horas Previstas

### **02. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO**

- Segmento de atuação/ Estrutura organizacional (organograma)/ Número de funcionários dos diferentes níveis hierárquicos/ Principais produtos/ Principais fornecedores/ Principais consumidores

### **03. CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE**

- Análise da atual situação do mercado cuja empresa está inserida

### **04. LEVANTAMENTO DAS POLÍTICAS DA ORGANIZAÇÃO**

- Definição das Políticas de Recursos Humanos (captação, desenvolvimento, aplicação, acompanhamento e permanência de pessoas), Produção (logística, planejamento e controle da produção, armazenagem de produtos acabados), Marketing (planejamento de marketing, desenvolvimento de mercado, desenvolvimento de novos produtos, pesquisa de mercado, SAC, promoção de vendas, formação de preços etc.), Finanças (descrição dos procedimentos operacionais da gestão financeira, planejamento financeiro, outros aspectos relevantes da área), Comercial (relação com clientes, desenvolvimento de fornecedores, cotação, negociação, entregas), Comunicação (campanhas, ações e peças que estão sendo desenvolvidas, com respectivos objetivos, público alvo, investimento, veículos utilizados, etc.), etc.

### **05. CHECKLIST DAS INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS PARA SE FAZER O BRIEFING:**

- O produto (ou serviço)
  - Nome
  - Descrição
  - Propriedades
  - Histórico
  - Aparência física
  - Embalagem
  - Preço e tendência (aumento, estabilização, redução)
  - Custo x benefício
  - Vantagens (única, principal e secundária)

- Desvantagens ( e efeitos colaterais)
- Como é usado (local e forma)
- Frequência de uso
- Local de fabricação
- Disponibilidade (no presente e no futuro)
- Concorrentes
- Vantagens/desvantagens relativas aos concorrentes
- Diferencial
- Imagem de marca
- Mercado em geral

#### O Mercado

- Canal (is) de venda (da categoria)
- Importância relativa ( se vendido em mais de um canal)
- Como se vende o produto (unidades, pacotes, grandes quantidade, varejo tradicional, auto-serviço, distribuidores exclusivos, revendas etc) ou se presta o serviço ( direta ou diretamente, de forma centralizada ou descentralizada, pessoalmente via telefone, através de terminais informatizados etc)

#### Tamanho de Mercado

- Presente
- Potencial

#### Sobreposições de mercado

- Influência do atacado e do varejo

#### Tendências das vendas

- Do produto/serviço
- Da categoria
- Do mercado total

#### Influências

- Regionais (geográficas)
- Sazonais
- Demográficas ( raça, sexo, idade, profissões etc)

#### Distribuição

#### Organização do Mercado

#### Atitudes dos distribuidores (atacado e varejo)

#### Influência da força de vendas (para a rede de distribuição e para o consumidor)

#### Efeitos da propaganda (promoção, merchandising etc) no mercado

#### Investimentos em comunicação (total no mercado)

#### Concorrência

- Participações e tendências de evolução do share-of-market (quanto cada empresa/marca vende)
- Grau de organização ( de cada concorrente)
- Participações no share-of-voice ( quanto cada empresa /marca aparece no mercado através da propaganda e outras formas de comunicação)
- Estratégias de marketing dos principais concorrentes
- Objetivos (percebidos) da propaganda (promoção, RP, merchandising etc) dos principais concorrentes



- Pesquisas
  - Disponíveis
  - Regulares (que podem ser compradas)
  - Ad Hoc (que podem ser encomendadas)
- Os consumidores (compradores)
  - Do produto/serviço
  - Da concorrência
  - Potenciais

Os itens a seguir se aplicam a cada um dos três grupos definidos acima, quando essa separação tiver sentido no caso específico.

- Ocupação/profissão
- Posição cultural e social
- Quantidade
- Nível de escolaridade
- Localização (onde eles trabalham, moram, passeiam etc)
- Grupos de idade
- Sexo
- Nível de renda
- Segmentação psicodemográfica
- Decisores da compra:
  - Formais
  - Informais
- Influenciadores da compra:
  - Dentro de casa/empresa
  - Fora de casa/empresa
- Necessidade do produto/serviço (para o consumidor)
- Atitudes do consumidor (para o produto e seus concorrentes) com relação a :
  - Preço
  - Qualidade
  - Utilidade
  - Conveniência
- Atitudes subconscientes
- Grau de conscientização sobre o produto
- Hábitos de compra/uso
- Frequência de compra/uso
- Principais razões de compra/uso (racionais e emocionais).

- Objetivos:
  - Objetivos estratégicos da empresa
  - Objetivos de marketing ( da empresa, linha, marca, produto) em relação a:
    - Volume
    - Valor
    - Participações (share-of-market)
    - Ampliação do Mercado
    - Rentabilidade
    - Objetivos de venda (resultado prático final)
    - Objetivos de comunicação ( quem atingir, quantos atingir, o que

comunicar que atitude/resposta se deseja motivar a curto e a longo prazo)

- Problemas ( que atrapalham a obtenção dos objetivos)
- Oportunidades ( que facilitam a obtenção dos objetivos)

- **Estratégia Básica**

- Ferramentas de comunicação sugeridas
- Peças sugeridas e conteúdo básico
- Posicionamento ( como a empresa, linha, produto, marca quer ser percebida no mercado)
- Approach criativo (sugestões)
- Pontos obrigatórios a serem destacados e evitados
- Target primário e secundário
- Mercados (regiões e segmentos) a serem cobertos
- Meios de comunicação e veículos sugeridos
- Período de veiculação desejado
- Estilo ( da empresa, linha ou marca ) a ser seguido
- Verba disponível

## **05. PLANEJAMENTO E CAMPANHA**

Deve ser apresentado **o planejamento de comunicação com a campanha e estratégias** elaboradas pelo aluno para suprir as necessidades e objetivos do *briefing* juntamente com a **defesa das peças e mídias e estratégias utilizadas**.

O planejamento começa na preparação do *briefing*, ou seja, o primeiro passo para um planejamento é a elaboração do *briefing*.

Modelo básico de plano de Comunicação

- A situação: É fundamental descrever os problemas a serem enfrentados e/ou as oportunidades a serem aproveitadas. Uma exposição sintética sobre os motivos que levaram a empresa a fazer propaganda, uma breve análise da concorrência, do *target* e um pequeno histórico dos esforços publicitários anteriores ( o que a empresa já fez de publicidade no passado).
- Os objetivos: definição de prioridades na comunicação.
- A estratégia: definições estratégicas a curto, médio e longo prazos. O caminho a ser seguido.
- As táticas: as recomendações básicas á criação, mídia e outras áreas saem deste item , que dá forma real aos propósitos estratégicos. A explicitação do orçamento não pode passar desta fase.
- Criação, Produção, Ação: Relação de tudo o que precisa ser desenvolvido (inclusive o plano de mídia).
- Cronograma: é fundamental criar um cronograma, com definições de prazos (datas) e seguir rigorosamente, isso faz não perder o foco.

## **06. AUTO - AVALIAÇÃO**

Análise crítica do desempenho do aluno no que se refere ao estágio, ao estudo paralelo, à participação nas supervisões, ao nível de contribuição para a organização onde se deu o estágio, e finalmente, qual o real nível de aprendizagem do aluno no estágio.

## **06. ANEXOS**

Não é obrigatória a existência de anexos, sendo necessário apenas quando o documento complementa e fundamenta o trabalho. (Ex.: Pesquisas, campanhas anteriores, logomarcas, imagens, etc.)

## **ANEXO IV – Estrutura do Plano de Estágio Supervisionado do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.**

### **01. IDENTIFICAÇÃO**

- Nome do Estagiário/ Tipo de Estágio/ Local do Estágio/ Data de Início do Estágio/ Previsão de Término/ Total de Horas Previstas

### **02. APRESENTAÇÃO**

- Breve introdução acerca do documento. Discorrer em rápidas palavras o que será descrito no interior do mesmo.

### **03. JUSTIFICATIVA**

- Abordar a importância do estágio na formação do aluno. Justificar a relevância do plano de estágio, bem como das ações a serem implementadas.

### **04. OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS**

- Destacar o objetivo de proceder Diagnóstico Organizacional.

### **05. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

- Discorrer teoricamente sobre as ações nas quais o estágio deverá basear-se e cujos conhecimentos deverão permitir a atuação. Abordar a função do Comunicador Social nas organizações.

### **06. LEITURA PRÉVIA DA ORGANIZAÇÃO DO ESTÁGIO**

- Histórico/ Número de funcionários/ Negócio/ Empresários responsáveis/ Organograma/ Características da empresa e do setor onde será realizado o estágio.

\* Este item deverá ser complementado no relatório final.

### **07. PLANEJAMENTO DAS ATIVIDADES**

- Apresentação detalhada das ações a serem implementadas; do processo de implementação; das etapas e prazos; dos recursos necessários à sua implementação; dos locais de implementação; dos envolvidos – responsáveis e público-alvo.

## **08. CRONOGRAMA**

- Planilha com distribuição cronológica das atividades a serem implementadas.

## **09. RECURSOS HUMANOS E MATERIAIS**

- Apresentação do supervisor de estágio, do chefe imediato na organização, da equipe de trabalho e dos equipamentos e materiais que o estagiário disporá para a realização de seu estágio.

## **10. BIBLIOGRAFIA**

- Relação de livros, periódicos e materiais didáticos utilizados pelo aluno no decorrer do estágio.

## **ANEXO V – Estrutura do Relatório de Intervenções na Organização com Produção de Portifólio.**

Para a elaboração do relatório, o aluno poderá buscar apoio em leituras complementares às aulas ministradas, como livros, revistas, Internet, etc., fazendo os devidos registros na referência bibliográfica.

### **1- INTRODUÇÃO**

É a apresentação geral do trabalho, adiantando, resumidamente, o que será tratado em cada capítulo. É aconselhado que o aluno escreva a Introdução depois de pronto o relatório já que será nesse momento que poderá, mais facilmente, discorrer sobre o trabalho completo.

### **2- IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA E DO ALUNO**

2.1- Nome do aluno; área de atuação; local de realização do estágio; breve histórico pessoal/profissional do aluno em forma de redação; data do início e previsão de término do estágio; jornada de trabalho diária e semanal em que será cumprido o estágio.

2.2- Dados oficiais da empresa como razão social, endereço, área construída, quantidade de funcionários, ramo de atividade, etc.

2.3 - Cronograma de atividades a serem desenvolvidas no semestre.

2.4 - Histórico: quando foi fundada, por quem, por que, como evoluiu.

2.5 - Descrição do negócio da empresa, missão e objetivos.

2.6 - Descrição do mercado onde a empresa está inserida.

2.7 - Descrição dos seus produtos e principais características.

### **3- OBJETIVOS**

Repetir objetivos do plano de estágio, caso tenham sido atingidos. Incluir novos objetivos surgidos no decorrer do trabalho. Suprimir objetivos não realizados, justificando a supressão no item "Modificações no Plano de Estágio". Destacar o objetivo de proceder Diagnóstico Organizacional.

### **4- DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL**

Apresentar o elenco dos problemas organizacionais – que serão foco de suas ações –, bem como suas causas e seus sintomas e, ainda, a fundamentação teórica para

a adoção das melhores alternativas de intervenção para cada problema diagnosticado.

## **5- INTERVENÇÕES NA ORGANIZAÇÃO E APRESENTAÇÃO DO PORTFÓLIO**

Detalhamento das intervenções adotadas e apresentação dos resultados obtidos a curto prazo. Definição de prognósticos a médio e longo prazos.

## **6- PLANEJAMENTO E CONTINUIDADE DAS AÇÕES**

Apresentação das ações a serem implementadas pelo estagiário nos próximos semestres e do seu processo de implementação, constando etapas, prazos, recursos necessários, locais de implementação, pessoas envolvidas – responsáveis e público-alvo.

## **7- MODIFICAÇÕES NO PLANO DE ESTÁGIO**

Justificar todas as alterações ocorridas no rumo previsto para o estágio a partir do que foi estabelecido no plano.

## **8- AUTO - AVALIAÇÃO**

Análise crítica do desempenho do aluno no que se refere ao estágio, ao estudo paralelo, à participação nas supervisões, ao nível de contribuição para a organização onde se deu o estágio, e finalmente, qual o real nível de aprendizagem do aluno no estágio.

## **9- BIBLIOGRAFIA**

Relação de livros, periódicos e materiais didáticos utilizados pelo aluno no decorrer do estágio.

## **10. ANEXOS**

Não é obrigatória a existência de anexos, sendo necessário apenas quando o documento complementa e fundamenta o trabalho, ou seja, o portfólio com as peças desenvolvidas, cases e evolução das campanhas, bem como mesquisas e ações desenvolvidas e implementadas.

## **ANEXO VI – Estrutura do Artigo Científico – Estudo de Caso de Estágio Supervisionado do Curso de Comunicação Social**

### **RESUMO**

Expressa o conteúdo do estudo de caso. Discorre sobre o tema, objetivos, processo metodológico, caracterização da empresa em estudo e resultados alcançados.

O aluno deve elaborar o Resumo após a revisão da Introdução.

O resumo deve conter 250 palavras (aproximadamente 15 linhas). No final do resumo coloca-se no máximo cinco palavras-chave.

### **1 INTRODUÇÃO**

Apresenta a justificativa do estudo e contextualização do problema, sua delimitação, a definição dos objetivos geral e específicos e sua coerência com o tema e problema, hipóteses, estrutura do trabalho e apresentação dos resultados. Pode ainda conter definição dos termos. É a apresentação geral do estudo de caso.

É aconselhado que o aluno reveja a Introdução após o término do estudo de caso já que nesse momento poderá discorrer sobre o estudo completo.

### **2 METODOLOGIA DE PESQUISA**

Deverá discorrer sobre as seguintes informações: tipo de pesquisa, tipos e fontes de coleta de dados, instrumentos e técnicas de coleta de dados, amostragem, período da pesquisa, técnicas e sistemas de análise de dados utilizados.

### **3 DESENVOLVIMENTO**

O desenvolvimento apresenta-se distribuído em capítulos que compõem a fundamentação teórica do estudo de caso.

Esta fundamentação teórica representa a exposição pormenorizada do tema e sua importância, realçando conceitos, pesquisas doutrinárias, legais e jurisprudenciais.

Deverá discorrer sobre as seguintes informações: conceitos, apresentação da teoria que fundamenta a pesquisa, confronto das diversas opiniões e decisões acerca do tema.



Deve ser usada a 3ª pessoa do singular para garantir impessoalidade e objetividade, características que mantêm a linguagem informativa e técnica do texto científico.

Deve documentar o que está sendo dito através das normas vigentes, fontes bibliográficas, tomando o cuidado para não apresentar como suas idéias as dos autores pesquisados.

#### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Apresentar as variáveis de análise, classificando e analisando as mesmas, assim como discorrer sobre as tabelas, quadros e gráficos.

#### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O espírito crítico e argumentativo do aluno deverá estar presente na consideração final, que é o fechamento do trabalho.

Deverá ressaltar as contribuições dos resultados do estudo de caso. Explanar quais hipóteses foram confirmadas e quais foram refutadas.

O autor deve ressaltar a importância do estudo para o avanço do conhecimento em sua área e como essa pesquisa pode servir para a solução de problemas que afetam a gestão empresarial.

Pode incluir sugestões, recomendações ou perspectivas para novos estudos e ampliação da pesquisa.

A conclusão não deve conter citações, pois se trata de algo que você, como autor(a), concluiu do estudo.

#### **6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

É a relação das publicações que foram utilizadas no desenvolvimento do estudo de caso.

#### **7 ANEXOS DA PESQUISA**

Se possível o aluno deve anexar documentos, relatórios e formulários relevantes, visando melhor entendimento sobre o estudo de caso.

## ANEXO VII – Ficha de Auto-Avaliação do Estagiário

DADOS PESSOAIS		
CURSO	SEMESTRE	MATRÍCULA
NOME		DATA DE NASCIMENTO
TELEFONE	CELULAR	E-MAIL
DADOS DO ESTÁGIO		
EMPRESA	SETOR	
SUPERVISOR TÉCNICO	CARGO	
PRINCIPAIS ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTÁGIO		
1. _____		
2. _____		
3. _____		
4. _____		
5. _____		
PARTICIPAÇÃO EM PROJETOS DA EMPRESA	TREINAMENTOS REALIZADOS	
AUTO-AVALIAÇÃO		
- O ESTÁGIO ESTÁ CONTRIBUINDO EM SUA FORMAÇÃO PROFISSIONAL?		
SIM ( ) NÃO ( ) EM PARTE ( )		
JUSTIFIQUE: _____		
_____		
- O CONHECIMENTO RECEBIDO NA FACULDADE TEM AUXILIADO NO DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO?		
SIM ( ) NÃO ( ) EM PARTE ( )		
JUSTIFIQUE: _____		
_____		
- VOCÊ CONSIDERA SEU DESEMPENHO NO TRABALHO SATISFATÓRIO?		
SIM ( ) NÃO ( ) EM PARTE ( )		
JUSTIFIQUE: _____		
_____		
SUGESTÕES DO ESTAGIÁRIO		
_____		
_____		

SITUAÇÃO DO ALUNO NA FACULDADE: \_\_\_\_\_

DATA DA ENTREVISTA \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

## ANEXO VIII – Ficha de Acompanhamento de Estágio da Organização

EMPRESA _____
ENDEREÇO _____
TELEFONE _____ E-MAIL _____
SUPERVISOR TÉCNICO DO ESTÁGIO _____
ALUNO (a) _____

- Como você avalia o desempenho do estagiário nos seguintes aspectos:

1) Pontualidade e assiduidade:

( ) muito satisfatório      ( ) satisfatório      ( ) insatisfatório

2) Relações interpessoais e comunicação com a equipe de trabalho:

( ) muito satisfatório      ( ) satisfatório      ( ) insatisfatório

3) Interesse pelas atividades de estágio e iniciativa:

( ) muito satisfatório      ( ) satisfatório      ( ) insatisfatório

4) Capacidade de aprendizagem:

( ) muito satisfatório      ( ) satisfatório      ( ) insatisfatório

5) Atividades de trabalho específicas de estágio:

( ) muito satisfatório      ( ) satisfatório      ( ) insatisfatório

6) De forma geral, os objetivos da realização do estágio para a empresa estão sendo atingidos?

Sim ( )      Não ( )

### AVALIAÇÃO FINAL E SUGESTÕES:

_____
_____
_____
_____

FORTALEZA \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

EMPRESA – SUPERVISOR  
ASSINATURA E CARIMBO

COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO – FA7  
ASSINATURA E CARIMBO