

ALUNO:

CURSO:

PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MARKETING - BACHARELADO

COMPONENTE CURRICULAR:

PROJETO DE EXTENSÃO I - PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MARKETING

PROGRAMA DE EXTENSÃO:

PROGRAMA DE CONTEXTO À COMUNIDADE.

FINALIDADE E MOTIVAÇÃO:

A realização das atividades extensionistas do curso de Publicidade e Propaganda - Marketing, vinculadas ao Programa de Contexto à Comunidade, representa uma oportunidade de estreitar o relacionamento do saber universitário com a comunidade, pela busca do corpo discente em oferecer contribuições na resolução de problemas sociais presentes no contexto e, por outro lado, possibilitar o seu desenvolvimento de competências e soft skills específicas do curso. As ações poderão ser realizadas em diversos locais, dependendo do problema identificado, sendo algumas possibilidades: Associação de Bairro, Prefeitura, ONG, Igreja, Escola, Micro e Pequena Empresa, Estação de Rádio e de TV, Agência de Publicidade.

COMPETÊNCIAS:

I - Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e de linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;
II - Realizar e interpretar pesquisas de consumo, de tendências, de motivação, de concorrência, de imagem, entre outras;
III - Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão.

PERFIL DE EGRESSO:

A IES busca que o egresso do curso de Publicidade e Propaganda - Marketing seja um profissional que tenha como pressupostos essenciais um perfil generalista, humanista, propositivo e dinâmico, apto a analisar, interpretar e agir eticamente em situações pertinentes à Publicidade e Propaganda - Marketing, capaz de elaborar estratégias e inovações de publicidade, de propaganda e de marketing, bem como desenvolver soluções de comunicação eficazes para os objetivos e estratégias de marketing, pronto para atuar no seu contexto socioeconômico e político, sendo um profissional e cidadão comprometido com os interesses e desafios da sociedade contemporânea, sendo que pelas atividades extensionistas vinculadas ao Programa de Extensão Contexto à Comunidade, esse egresso poderá desenvolver habilidades e capacidade para conduzir atividades referentes à compreensão da realidade social, cultural e econômica do meio em que está inserido, direcionando suas ações para a transformação da realidade e para o desenvolvimento social e da qualidade de vida.

SOFT SKILLS (COMPETÊNCIAS SOCIOEMOCIONAIS):

Planejamento e organização
Análise e resolução de problemas
Comunicação Interpessoal

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM:

O objetivo principal da extensão universitária do curso de Publicidade e Propaganda - Marketing, vinculada ao Programa de Contexto à Comunidade, é a geração do novo saber ocasionada por meio da aplicação do conhecimento adquirido no curso durante a busca da contribuição à resolução de problemas contextuais à sociedade, e, ainda, ao desenvolvimento social e da melhoria da qualidade de vida, dessa forma, oportunizando que o corpo discente realize ações embasadas na sua aprendizagem multidisciplinar.

CONTEÚDOS:

I - Teorias da comunicação;
II - Pesquisa em comunicação;
III - Legislação e ética;
IV - Sociedade e direitos humanos.

INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS:

CIZOTO, Sonelise Auxiliadora. Homem, cultura e sociedade. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.
LOURENÇO, Denise. Teorias da comunicação. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.
MARTINO, Luís Mauro Sá. Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.
MASCARO, Laura Degaspere Monte. Direitos humanos e cidadania. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.
ROCHA, Ivone Ananias dos Santos. Legislação e ética na comunicação. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.

TEMPLATE PDCA

Aluno e Aluna, essa atividade é para sua organização e uso da metodologia PDCA. Por isso é um documento orientativo e **não precisa ser entregue**. Veja as orientações apresentadas no MANUAL DE ATIVIDADES EXTENSIONISTAS.

1. PLANEJAMENTO (PLAN)

Antes de definir sua proposta, explore os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) no link <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Se preferir, pode baixar o documento pelo link <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>.

Compreenda a proposta da ONU e engaje-se nessa oportunidade de contribuir com as metas de um organismo internacional tão importante ao mesmo tempo em que participa de soluções de seu contexto!

Analise os 17 objetivos e escolha quais metas podem ser aderentes à sua proposta e ao seu projeto. Para isso, clique no ícone de cada objetivo e observe a listagem de metas disponível em cada um. É necessário que você **escolha pelo menos uma meta**. Pode ser que você encontre metas aderentes à sua proposta em diferentes objetivos, mas não se restrinja. Pode escolher dessa forma e mantenha o foco da essência de sua proposta.

Feito isso, liste aqui suas escolhas. Essa informação também deverá ser declarada em seu Relatório Final de Atividades Extensionistas.

LISTAR METAS DOS ODS ADERENTES AO SEU PROJETO

--

DEFINA A PROPOSTA.

IMERSÃO:

DEFINA OS ITENS DA IMERSÃO

Segue sugestão de perguntas para utilizar na entrevista com o parceiro.

SUGESTÃO DE SCRIPT DE ENTREVISTA

1. *Quais os principais problemas, fragilidades ou dificuldades que a instituição/parceiro convive com maior frequência?*
 - 1.1. *Os problemas estão articulados com o programa/conteúdo proposto no componente curricular?*

Se não estiver, será necessário voltar à pergunta 1.
 - 1.2. *É possível resolver ou mitigar os problemas identificados no prazo de duração de projeto de extensão.*

Se não for possível deve voltar à pergunta 1.
 - 1.3. *A solução ou mitigação auxiliará a comunidade ou um grupo de pessoas da comunidade?*

Se não auxiliar deve voltar à pergunta 1.
2. *Quais serão as pessoas envolvidas na ação para buscar resolver ou mitigar os problemas identificados?*
3. *Onde será realizada a ação?*
4. *Há limitação de pessoas ou restrição para acesso ao local indicado?*
5. *Quais serão as pessoas beneficiadas diretamente?*
6. *Necessitará de insumos/recursos financeiros para a realização da ação?*
7. *Será necessário agendamento?*
8. *Qual o período, dia da semana, horário que será realizada a ação?*

--

IDEAÇÃO:

DEFINA OS ITENS DA IDEAÇÃO.

PROTOTIPAÇÃO:

DEFINA OS ITENS DA PROTOTIPAÇÃO.

IDEIAS E ANOTAÇÕES:

2. REALIZAÇÃO (DO)

CRONOGRAMA:

ATIVIDADES	PER. 1	PER. 2	PER. 3	PER.4

3. VERIFICAÇÃO (CHECK)

Planejamento:

Imersão realizada?

☐ SIM
☐ NÃO

Ideação realizada?

☐ SIM
☐ NÃO

Prototipação realizada?

☐ SIM
☐ NÃO

Planejamento está ok?

☐ SIM
☐ NÃO

Realização:

Cronograma realizado?

☐ SIM
☐ NÃO

Cronograma atende a realização do projeto?

☐ SIM
☐ NÃO

Verificação:

Cronograma atende a realização do projeto?

☐ SIM
☐ NÃO

Projeto atende a proposta da instituição escolhida?

☐ SIM
☐ NÃO

Houve necessidade de mudança de estratégia?

☐ SIM
☐ NÃO

Em caso positivo, mencione as mudanças e novas estratégias?

--

4. AÇÃO (ACT)

AÇÃO PROPOSTA:

--

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPO OBRIGATÓRIO – Siga a normas ABNT, para isso consulte sua Biblioteca Virtual.

--