



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2022	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	3314 - SEMINARIO DE PESQUISA/PP/TCC	Carga Horária: 68
Turma	PPM	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Discussão e orientação dos diferentes projetos de pesquisa desenvolvidos pelos alunos, sob orientação e coordenação de docentes.

I. Objetivos

Auxiliar a produção científica dos/as acadêmicos/as de forma a permitir com que eles/as construam seus Trabalhos de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda, no formato de Artigo Monográfico e/ou Projeto Experimental – Campanha.

Apresentar o Regulamento de TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) do curso de Publicidade e Propaganda e suas implicações.

Estudar os aspectos teórico-metodológicos e práticos necessários à pesquisa na área da Comunicação;

Estimular a pesquisa em Comunicação.

Trabalhar as características do texto científico.

II. Programa

Estudo do Regulamento do TCC do Curso de Publicidade e Propaganda;

Etapas e desenvolvimento de um projeto de pesquisa;

Estratégias de Pesquisa em Ciências Sociais e Humanas;

Revisão de fundamentos e métodos referentes à Pesquisa em Comunicação;

A relevância dos procedimentos metodológicos do desenvolvimento do TCC.

Estratégias para coleta de dados;

Produção de artigos científicos: discussão de temas e análise;

Redação para textos acadêmicos;

Revisão de normas da ABNT;

Plágio e ética em pesquisa;

Comitê de Ética e pesquisa com seres humanos;

Acompanhamento de textos parciais referentes ao TCC;

Técnicas de apresentação de trabalhos acadêmicos;

Oratória.

III. Metodologia de Ensino

Aula expositiva e dialogada; discussões e debates; seminários, estudos de caso, exercícios práticos individuais ou em equipe; aplicações das reflexões teóricas em projetos práticos, vídeos e produtos científicos. Supervisão da montagem dos materiais resultantes dos projetos de pesquisas, apresentados na forma oral e escrita. Atendimentos individuais para orientação dos projetos de pesquisa e textos do TCC em andamento. Acompanhamento das bancas de Trabalho de Conclusão de Curso. Serão utilizadas plataformas digitais de apoio como Google Classroom e Moodle.

IV. Formas de Avaliação

A avaliação seguirá o disposto no Regulamento de TCC em Publicidade e Propaganda aprovado pelo Conselho Departamental de Comunicação Social.

V. Bibliografia

Básica

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: Informação e documentação — Referências — Elaboração. Rio de Janeiro, 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6027: Informação e documentação — Sumário — Apresentação. Rio de Janeiro, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: Informação e documentação — Citações em documentos. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação — Trabalhos Acadêmicos — Apresentação. Rio de Janeiro, 2011.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio et al. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo: Perspectiva, 2010.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda. São Paulo: Atlas, 2008.

Complementar



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2022	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	3314 - SEMINARIO DE PESQUISA/PP/TCC	Carga Horária: 68
Turma	PPM	

PLANO DE ENSINO

ANDRADE, Maria Margarida de; MEDEIROS, João Bosco. Comunicação em língua portuguesa: normas para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

APPOLINÁRIO, Fabio. Metodologia da Ciência. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BAUER, Martin W.; Gaskell, George (Orgs.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2013.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

DIAS, Edson de Paiva. Projeto Experimental de Propaganda. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002

LOPES, Maria I. V. de (org.). Epistemologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MEDEIROS, Joao Bosco. Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SEVERINO, Antônio J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Edna L.; MENEZES, Esteira M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TACHIZAWA, Takeshy; MENDES, Gildásio. Como fazer monografia na prática. 12.ed. Rio de Janeiro: FGV editora, 2006.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZOZZOLI, Jean Charles Jacque. A pesquisa em publicidade e propaganda na Intercom. In: Pró-Pesq PP – Encontro nacional de pesquisadores em publicidade e propaganda, 1., 2010, São Paulo. Anais... São Paulo: Editora Schoba, 2010.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 03/2022
Data: 10/06/2022