

REGULAMENTO DE CONSTITUIÇÃO E AVALIAÇÃO DOS PROJETOS FINAIS DE CONCLUSÃO DE CURSO – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Capítulo I: Disposições Gerais

Ar. 1º - O presente regulamento tem como objetivo estabelecer as diretrizes e critérios para constituição e avaliação dos projetos finais dos trabalhos de conclusão de curso de Publicidade e Propaganda, visando a promover sua qualidade, originalidade e inovação.

Capítulo II: Ações Iniciais

Art. 2º - No início do ano letivo, durante a reunião de planejamento, a equipe de professores designada para formar o **Colegiado** constituirá o Conselho do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da habilitação de Publicidade e Propaganda (PP). Este, por sua vez, terá a função de revisar e atualizar, sempre que possível, o presente regulamento. O Conselho será soberano em quaisquer decisões sobre o funcionamento e dúvidas ligados ao desenvolvimento do TCC. Ainda caberá ao Conselho eleger o coordenador para os trabalhos de TCC.

Art. 3º - Na primeira semana do ano letivo, o coordenador de PEx (Projeto Experimental) apresentará aos alunos o conteúdo do Regulamento do TCC, fixando prazos para o desenvolvimento de suas etapas.

Parágrafo único – Os Projetos Experimentais deverão ser desenvolvidos em equipes de 2 (dois) a 4 (quatro) pessoas. Para os casos que extrapolem esse número ou que o aluno queira desenvolver os trabalhos sozinho, estes serão analisados pelo Conselho.

Capítulo III: Do Cliente

Art. 4º - O PEx é o desenvolvimento de um trabalho acadêmico, de caráter prático, realizado em equipe, junto a um cliente real ou fictício, ou ainda sobre um tema que se queira pesquisar a tendência ou marca que se queira inserir no mercado, que tenha como parâmetro a pesquisa de marketing para a viabilização da empresa, produto ou marca que se queira pesquisar. Nele, serão desenvolvidas as habilidades técnicas e humanísticas dos discentes, a partir de postura ético-profissional aprendidos no transcorrer do curso. O objetivo é que os alunos possam dar início a sua inserção no mercado de trabalho, amparados pela orientação do corpo docente da Unifev.

Parágrafo Único – A produção do PEx acontece concomitantemente ao desenvolvimento das disciplinas constantes do currículo dos 7º e 8º períodos, orientados de forma a propiciar a interdisciplinaridade.

Capítulo IV: Regras Gerais

Art. 5º - A orientação do PEx seguirá a cargo dos professores dos 7º e 8º períodos de PP.

Art. 6º - Aos professores-orientadores caberá a orientação dos critérios metodológicos a serem adotados, seguindo as etapas previstas no Regulamento do TCC.

Parágrafo Único – Questões pontuais ligadas ao desenvolvimento do TCC podem contar com a colaboração de professores de outras disciplinas não constantes da grade curricular dos 7º e 8º períodos.

Art. 7º - A aprovação das equipes discentes e dos clientes para o PEx estará sujeita à aprovação do Conselho do TCC.

INCISO

I - Quaisquer alterações ligadas a equipes, clientes ou temas deverão ser julgadas pelo Conselho do TCC.

II - Todas as decisões deverão ser formalizadas pelo Conselho do TCC, a partir de documentos expedidos pelo coordenador de curso.

III - Quanto ao PEx, qualquer vínculo de ordem pessoal ou profissional entre qualquer membro da equipe e a empresa-cliente postulante implicará na inteira responsabilidade daquela em qualquer implicação decorrente desse fato.

Capítulo V: Orientação, Compromissos e Controle

Art. 8º - Nas reuniões de orientação, as equipes do PEx deverão estar completas. As ausências deverão ser informadas e justificadas com antecedência de no mínimo dois dias, via portal, mediante resposta do professor-orientador.

INCISO

I - Além do compromisso de orientação, o professor-orientador poderá recomendar atividades complementares que subsidiem o desenvolvimento do trabalho.

II - Todas as equipes deverão obrigatoriamente apresentar carta de aceite do cliente, com seus respectivos dados, devidamente assinada e carimbada pela organização. Esse documento fará parte do volume final do PEx.

Art. 9º - Quando já tenha sido formalizado o aceite do cliente e este mostrar qualquer tipo de inadequação, o Conselho do TCC deverá encaminhar a ele uma carta de agradecimento, explicando as razões do rompimento unilateral do compromisso.

Parágrafo único – Em caso de rompimento do trabalho pelo cliente, reunir o Conselho para deliberar a respeito da questão.

Capítulo VI: Do Processo de Exame

Art. 10º - Os PEx serão desenvolvidos ao longo de 1 (um ano letivo) composto por dois semestres e examinados em dois momentos, por critérios previamente estabelecidos.

INCISO

I – Em primeira instância, no final do 7º período, será realizada uma banca examinadora de qualificação, formada pelo coordenador do Conselho de TCC e pelos professores-orientadores. Essa banca terá a incumbência de avaliar uma pesquisa teórica, em formato de artigo científico, respeitando as normas da ABNT.

II – Em segunda instância, no final do 8º período, examinar a campanha publicitária de um cliente escolhido previamente pelas agências constituídas, em formato de monografia, respeitando as normas da ABNT.

Capítulo VII - Etapas Do Projeto Experimental

Art. 11º - As etapas dos PEx são as seguintes:

INCISO

I - ARTIGO CIENTÍFICO OU MONOGRAFIA – o aluno faz uma explanação sobre o assunto investigado no trabalho monográfico que serviu de base teórica para o desenvolvimento do PEx.

II - APRESENTAÇÃO – Trata-se da introdução do Projeto, momento em que a equipe deverá apresentar a composição da Agência Experimental, funções de cada integrante, bem como a papelaria própria e a marca da agência.

III - HISTÓRICO DO CLIENTE – Contextualização histórica dos principais passos da Empresa-Cliente, desde a sua criação, e a evolução para o momento atual.

IV - LEVANTAMENTO DE DADOS/ “BRIEFING” – Nesta etapa tanto devem ser levantadas as informações, problemas e expectativas sentidas pelo cliente, como também as situações detectadas pela própria equipe. Para isso, torna-se relevante apresentar a ficha com dados gerais do cliente; organogramas com as necessárias explicações e/ou rotinas/descrição de tarefas; princípios da organização do cliente: visão, missão, filosofia, objetivos, política (administrativa, de pessoal, comercial) e clima organizacional; mercado de atuação, com levantamento e análise do mercado, da concorrência, do produto/serviço, da evolução histórico-mercadológica da atuação do cliente, além de estudar ameaças e oportunidades, forças e fraquezas e o histórico de comunicação. É importante também conhecer as mídias, estratégias, peças, objetivos, etc.

V - PESQUISA – A pesquisa é parte fundamental do projeto, capaz de subsidiar todo o seu desenvolvimento. ela deve ser elaborada a partir dos problemas detectados no levantamento de dados/ briefing e seguir criteriosamente os objetivos estabelecidos inicialmente. ao seu término, deverá gerar um **relatório conclusivo**, com análise de todos os dados encontrados na pesquisa. pode ainda ser feito um **relatório de recomendações** a partir da análise dos dados.

em caso de **pesquisas secundárias**, as fontes deverão ser indicadas. para **pesquisas exploratórias**, apresentar projeto próprio completo.

VI - DIAGNÓSTICO – Este item é o resultado de todo o processo de pesquisa iniciado com o Briefing e encerrado com a pesquisa. Todas as informações, analisadas tecnicamente e filtradas pelo senso profissional redundarão em um conhecimento da realidade da Empresa-Cliente, apontando seus problemas (conhecidos a partir de exames criteriosos da situação encontrada).

VII - PLANEJAMENTO DE CAMPANHA – Este item é baseado na pesquisa e diagnóstico e deve conter todos os **objetivos de marketing e de comunicação**. A equipe deve apontar a partir daí os seus objetivos, o detalhamento da estratégia, bem como uma explicação com base na pesquisa de campo, de mercado, teórica ou em quaisquer outros dados que justifiquem tal ação estratégica. Deverão ser apresentadas as soluções propostas pela agência de acordo com os objetivos de comunicação do cliente, de acordo com a seguinte subdivisão:

VIII - CRIAÇÃO – deve-se iniciar com um texto de defesa de criação e apresentar todas as peças propostas, incluindo os anexos audiovisuais.

IX - MÍDIA – deve-se apresentar um plano de mídia que obedeça a estrutura com objetivos, estratégias e táticas de mídia, bem como cronogramas de distribuição, de inserções e de verba de mídia.

X - INVESTIMENTO – item que se refere a um resumo da utilização da verba disponível para comunicação, composto pelos custos de veiculação, produção, sustentação e apoio às ações propostas.

XI - BIBLIOGRAFIA – apresentação das obras consultadas e que serviram de base para a elaboração dos trabalhos.

CAPÍTULO VIII – Avaliação

Seção I - Critérios

Art. 12º – As avaliações de que tratam esses artigos serão contínuas e terão caráter formativo.

Art. 13º - As notas atribuídas às etapas previstas no Regulamento e no calendário do TCC serão independentes e não implicarão na impossibilidade de cumprimento do semestre subsequente, no caso de o aluno não ter atingido a média exigida pela Unifev.

Art. 14º – Na pesquisa realizada durante o 7º período, o desenvolvimento do conteúdo e andamento da investigação, bem como a postura da apresentação oral, deverão autorizar a sua continuidade, ou encaminhando-o diretamente a exame, caso não apresente as condições mínimas exigíveis.

Parágrafo único – Os membros da banca deverão atribuir notas, tendo por base a escala de zero a dez. A utilização de até uma casa decimal poderá servir como ferramenta para graduação da nota dentro de cada nível.

Art. 15º – No 8º período, haverá duas etapas, conforme os critérios previamente estabelecidos.

Art. 16º – Na primeira etapa, de planejamento e elaboração da campanha, ao final, uma comissão atribuirá notas, de acordo com os quesitos abaixo relacionados, tendo por base a escala de zero a dez. A utilização de até uma casa decimal poderá servir como ferramenta para graduação da nota dentro de cada nível.

Quesitos para avaliação da banca
QUESITO
Apresentação Gráfica/Visual
Apresentação Oral
Briefing Diagnóstico
Profundidade da Pesquisa
Planejamento –Estratégico e de Campanha
Caminho Criativo (Ideia)
Qualidade das Peças de Criação

Planejamento de Mídia
Redação, Relação Diagnóstico x Proposta (custo-benefício) x Resultados Pretendidos
Adequação de Criação, Mídia, Verba
Viabilidade da Proposta

Art. 17° - A segunda etapa consistirá na elaboração de *stands* para apresentação dos trabalhos produzidos ao público interno e externo.

Art. 18° - Valorizar a originalidade das ideias e abordagens apresentadas pelos alunos, a capacidade dos alunos de apresentar ideias e abordagens únicas e inovadoras em seus projetos, demonstrando criatividade na resolução de problemas e expressão artística.

Art. 19° - Avaliar o nível de habilidade técnica e competência na execução dos projetos, o domínio das técnicas, materiais e processos relevantes à área de estudo, observando a qualidade e a precisão técnica na execução do projeto.

Art. 20° - Considerar a capacidade de conectar o projeto a conceitos e contextos relevantes, a compreensão dos conceitos e teorias pertinentes à área de estudo, bem como a capacidade de relacionar o projeto a questões conceituais e contextuais relevantes.

Art. 21° - Analisar o impacto visual, emocional ou intelectual do projeto e a capacidade de comunicação, assim como a habilidade do aluno em comunicar suas ideias e intenções de forma clara e eficaz.

Art. 22° - Avaliar a qualidade e a profundidade da pesquisa e fundamentação teórica realizada pelos alunos, assim como a capacidade de fundamentar teoricamente o projeto, utilizando referências e embasamento conceitual apropriados.

Art. 23° - Considerar o processo de desenvolvimento do projeto, desde a concepção até a realização final, a capacidade do aluno de planejar, reiterar, receber feedback e refinar o projeto ao longo do tempo, considerando a evolução e o amadurecimento do trabalho.

Art. 24° - Observar a qualidade da apresentação oral e da documentação visual fornecida pelos alunos, a organização da apresentação e a capacidade de resposta a perguntas e críticas. Também será considerada a qualidade da documentação visual do projeto, como portfólios, fotografias, vídeos ou outros registros.

Seção II - Procedimentos

Art. 25° - No início do semestre, será estabelecido um cronograma com prazos claros para a submissão dos projetos e a realização das avaliações.

Art. 26° - A avaliação será realizada de forma gradual com base no cronograma semanal a ser disponibilizado pela coordenação, com pontuação específica dada pelos professores das disciplinas constantes do semestre.

Art. 27º- Os professores e avaliadores utilizarão métodos e ferramentas adequadas para avaliar cada critério, podendo incluir análise de documentos, apresentações orais, entrevistas, visitas aos stands e outras formas de avaliação.

Art. 28º - Os alunos serão responsáveis por montar *stands* para apresentar seus projetos de forma visual e interativa. Os *stands* devem refletir a essência do projeto e proporcionar uma experiência envolvente aos avaliadores.

INCISO

I - Os stands devem ser organizados de maneira clara e atrativa, utilizando elementos como painéis, mesas, expositores, telas, entre outros, para destacar aspectos importantes do projeto.

II - Os alunos devem fornecer uma documentação visual completa do projeto, incluindo imagens, diagramas, esboços, protótipos, vídeos ou outros materiais relevantes para auxiliar na compreensão do trabalho.

III - Interatividade: Os *stands* devem permitir a interação dos avaliadores com o projeto, seja por meio de demonstrações práticas, dispositivos interativos, amostras de materiais utilizados, entre outros recursos que possibilitem uma experiência imersiva.

IV - Apresentação oral: Além da exposição visual, os alunos deverão fazer uma apresentação oral para descrever e contextualizar seu projeto, enfatizando os principais aspectos, desafios enfrentados, soluções encontradas e resultados alcançados.

V - Os alunos devem estar disponíveis para responder perguntas dos avaliadores, esclarecer dúvidas e discutir aspectos específicos do projeto durante a visita ao *stand*.

Art. 29º- Na avaliação final, a coordenação fornecerá formulário, com o objetivo de que os avaliadores avaliem os trabalhos, refletindo a importância relativa do processo de avaliação global.

Art. 30º- A composição da nota final será composta pela soma das notas atribuídas pelos professores na avaliação formativa e das notas atribuídas pelos avaliadores.

Art. 31º - Na apresentação, o grupo deverá estar, rigorosamente, completo, podendo concentrar a exposição em, no mínimo, dois apresentadores.

Art.32º -Nos trabalhos de PEx, poderão utilizar-se de todos os recursos audiovisuais disponíveis para valorizar a apresentação oral.

CAPÍTULO XI – Dos Concursos Externos

Art. 33º - As equipes, cujos projetos recebam as melhores notas, poderão inscrevê-los em concursos da categoria, representando, assim, a Unifev e o curso em âmbito regional ou nacional.

INCISO

- I - As equipes poderão inscrever-se nos concursos, representadas pela totalidade ou não de seus membros. Contudo, somente uma inscrição poderá ser feita.
- II - As equipes cujos projetos sejam inscritos em concursos deverão informar a seus clientes, bem como ao Conselho do TCC sobre a inscrição e o andamento do processo do concurso.
- III - O PEx que alcançar a melhor média entre banca interna e banca pública representará a Unifev no Expocom.

CAPÍTULO X – Das Regras Para Entrega Dos Volumes Do TCC

Art. 34° - Deverão ser entregues 3 (três) volumes, digitados e encadernados em espiral, na data determinada pelo cronograma deste Regulamento e protocolados junto ao Lab.In. Todos terão de ser originais e (1) um deles em capa dura. O artigo científico ou monografia deverão estar encadernados junto aos volumes em espiral e capa dura que serão protocoladas no Lab.In., de acordo com cronograma de entrega em anexo, para o desenvolvimento dos trabalhos relativos às Bancas Examinadoras.

INCISO

- I - O volume capa dura ficará à disposição da Unifev para consulta e pesquisa.
- II - O volume destinado ao cliente ficará por conta da equipe.

Art. 35° - A monografia do TCC deverá obedecer às regras da metodologia científica da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

INCISO

- I - O não cumprimento das regras da ABNT incorrerá na reprovação do trabalho ou perda de nota.
- II - O planejamento de campanha não deverá obrigatoriamente seguir as normas expressas anteriormente, tendo em vista a possibilidade da criação de cada equipe.

Art. 36° - A data de entrega final do **artigo científico e da monografia** bem como de **todos os volumes** dos pex prontos, de acordo com o **calendário do Regimento**, deverá ser rigorosamente respeitada. O não cumprimento resultará na perda de 0,5 (meio) ponto de cada fase (artigo científico, monografia e PEx), a cada data não cumprida, na média final da equipe infratora.

Capítulo XI - Das Disposições Transitórias

Art. 37° - O trabalho deverá ser “aprovado” ou “reprovado” em individual. Após o término de sessão, a banca lavrará ata da defesa.

Art. 38° - Na hipótese de reprovação, o aluno poderá apresentar o TCC para reavaliação até a data fixada pela coordenação do curso. Não reapresentando no prazo estabelecido, o aluno estará reprovado.

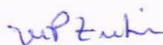
Art. 39° - Os casos omissos no presente Regulamento serão resolvidos pelo Colegiado de Curso

Art. 40° - Este regulamento entra em vigor imediatamente após sua aprovação pelo Consepe – Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão da Unifev–Centro Universitário de Votuporanga, revogadas eventuais disposições em contrário.

Votuporanga, 28 de setembro de 2023.

**Conselho de Professores para Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda**

Prof. Me. Aleph Teruya Eichemrg
Profa. Dra. Maria Júlia Barbieri Eichemberg
Prof. Dr. Edson Roberto Bogas Garcia
Profa. Ma. Vanessa Mara Pagliarani Zeitune
Prof. Me. Vinícius Sanches dos Santos



Profa. Ma. Vanessa Mara Pagliarani Zeitune
Coordenadora de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

Manual de Avaliação de Projetos Finais de Conclusão de Curso

1. Introdução

Objetivo do manual de avaliação

Importância da avaliação dos projetos finais

Visão geral dos critérios de avaliação

2. Critérios de Avaliação

- Originalidade e criatividade
- Execução técnica
- Relevância conceitual e contextual
- Impacto e comunicação
- Pesquisa e fundamentação teórica
- Processo de desenvolvimento
- Apresentação e documentação

3. Descrição dos Critérios de Avaliação

- Originalidade e criatividade: Descrição do valor atribuído à originalidade e à criatividade nas ideias e abordagens do projeto final.
- Execução técnica: Descrição da importância da habilidade técnica e competência na execução do projeto final.
- Relevância conceitual e contextual: Explicação sobre a importância de considerar como o projeto final se relaciona e responde a questões conceituais e contextuais pertinentes.
- Impacto e comunicação: Descrição do valor atribuído ao impacto visual, emocional ou intelectual do projeto final e à habilidade de comunicar as ideias de forma eficaz.
- Pesquisa e fundamentação teórica: Explicação sobre a relevância da pesquisa realizada pelo aluno e da base teórica que fundamenta o projeto final.
- Processo de desenvolvimento: Descrição da importância de considerar o processo de desenvolvimento do projeto, desde a concepção até a realização final.
- Apresentação e documentação: Explicação sobre a importância da qualidade da apresentação oral do projeto e da documentação visual fornecida.

4. Procedimento de Avaliação

- Estabelecimento de um comitê de avaliação
- Cronograma e prazos para a avaliação
- Métodos e ferramentas de avaliação utilizados
- Pesos atribuídos a cada critério de avaliação

5. Considerações Finais

- Revisão e atualização periódica do manual de avaliação
- Comunicação transparente dos resultados da avaliação

- Importância da retroalimentação construtiva para o desenvolvimento dos alunos
1. **Introdução:** O manual de avaliação tem como objetivo fornecer diretrizes claras e transparentes para a avaliação dos projetos finais de conclusão de curso no contexto do coletivo criativo. A avaliação desses projetos é de extrema importância, pois permite reconhecer o esforço e a criatividade dos alunos, além de promover a qualidade e a inovação dentro do coletivo.
 2. **Critérios de Avaliação:** A avaliação terá um caráter formativo, e os trabalhos de conclusão de curso deverão seguir os seguintes critérios:
 - Originalidade e criatividade: Valoriza-se a originalidade das ideias e abordagens apresentadas pelos alunos.
 - Execução técnica: Avalia-se o nível de habilidade técnica e competência na execução dos projetos.
 - Relevância conceitual e contextual: Considera-se a capacidade de conectar o projeto a conceitos e contextos relevantes.
 - Impacto e comunicação: Analisa-se o impacto visual, emocional ou intelectual do projeto e a capacidade de comunicação.
 - Pesquisa e fundamentação teórica: Avalia-se a qualidade e a profundidade da pesquisa e fundamentação teórica realizada pelos alunos.
 - Processo de desenvolvimento: Considera-se o processo de desenvolvimento do projeto, desde a concepção até a realização final.
 - Apresentação e documentação: Observa-se a qualidade da apresentação oral e da documentação visual fornecida pelos alunos.
 3. **Descrição dos Critérios de Avaliação:**
 - Originalidade e criatividade: Valoriza-se a capacidade dos alunos de apresentar ideias e abordagens únicas e inovadoras em seus projetos, demonstrando criatividade na resolução de problemas e expressão artística.
 - Execução técnica: Avalia-se o domínio das técnicas, materiais e processos relevantes à área de estudo, observando a qualidade e a precisão técnica na execução do projeto.
 - Relevância conceitual e contextual: Considera-se a compreensão dos conceitos e teorias pertinentes à área de estudo, bem como a capacidade de relacionar o projeto a questões conceituais e contextuais relevantes.
 - Impacto e comunicação: Analisa-se o impacto visual, emocional ou intelectual do projeto no público-alvo, assim como a habilidade do aluno em comunicar suas ideias e intenções de forma clara e eficaz.
 - Pesquisa e fundamentação teórica: Avalia-se a qualidade e a profundidade da pesquisa realizada pelo aluno, assim como a capacidade de fundamentar teoricamente o projeto, utilizando referências e embasamento conceitual apropriados.
 - Processo de desenvolvimento: Observa-se a capacidade do aluno de planejar, reiterar, receber feedback e refinar o projeto ao longo do tempo, considerando a evolução e o amadurecimento do trabalho.

- Apresentação e documentação: Analisa-se a qualidade da apresentação oral do projeto, incluindo a clareza na comunicação das ideias, a organização da apresentação e a capacidade de resposta a perguntas e críticas. Também é considerada a qualidade da documentação visual do projeto, como portfólios, fotografias, vídeos ou outros registros.

4. Procedimento de Avaliação:

- Cronograma e prazos: Será estabelecido um cronograma com prazos claros para a submissão dos projetos e a realização das avaliações.
- A avaliação será realizada de forma gradual com base no cronograma semanal a ser disponibilizado pela coordenação, com pontuação específica dada pelos professores das disciplinas constantes do semestre.
- Métodos e ferramentas de avaliação: Os professores e avaliadores utilizarão métodos e ferramentas adequadas para avaliar cada critério, podendo incluir análise de documentos, apresentações orais, entrevistas, visitas aos stands e outras formas de avaliação.
- Apresentação em formato de *stands*: Os alunos serão responsáveis por montar *stands* para apresentar seus projetos de forma visual e interativa. Os *stands* devem refletir a essência do projeto e proporcionar uma experiência envolvente aos avaliadores.
 - Organização do *stand*: Os stands devem ser organizados de maneira clara e atrativa, utilizando elementos como painéis, mesas, expositores, telas, entre outros, para destacar aspectos importantes do projeto.
 - Documentação visual: Os alunos devem fornecer uma documentação visual completa do projeto, incluindo imagens, diagramas, esboços, protótipos, vídeos ou outros materiais relevantes para auxiliar na compreensão do trabalho.
 - Interatividade: Os *stands* devem permitir a interação dos avaliadores com o projeto, seja por meio de demonstrações práticas, dispositivos interativos, amostras de materiais utilizados, entre outros recursos que possibilitem uma experiência imersiva.
 - Apresentação oral: Além da exposição visual, os alunos deverão fazer uma apresentação oral para descrever e contextualizar seu projeto, enfatizando os principais aspectos, desafios enfrentados, soluções encontradas e resultados alcançados.
 - Disponibilidade para perguntas: Os alunos devem estar disponíveis para responder perguntas dos avaliadores, esclarecer dúvidas e discutir aspectos específicos do projeto durante a visita ao *stand*.
- Na avaliação final, a coordenação fornecerá formulário, com o objetivo de que os avaliadores avaliem os trabalhos, refletindo a importância relativa do processo de avaliação global.
- A composição da nota final será composta pela soma das notas atribuídas pelos professores na avaliação formativa e das notas atribuídas pelos avaliadores.

5. Considerações Finais:

- Revisão e atualização periódica: O manual será revisado e atualizado periodicamente para garantir sua relevância contínua no contexto do coletivo criativo.
- Comunicação transparente dos resultados: Os resultados da avaliação serão comunicados aos alunos de forma transparente e clara, fornecendo feedback construtivo sobre seus projetos.
- Importância da retroalimentação construtiva: Será encorajada a troca de feedback construtivo entre os avaliadores e os alunos, visando ao desenvolvimento contínuo e aprimoramento dos projetos.