

Concurso ABRP 2008 - REGULAMENTO -

CAPÍTULO I

Do Concurso

Art. 1º A Seção Estadual de São Paulo da Associação Brasileira de Relações Públicas promove anualmente o CONCURSO UNIVERSITÁRIO DE MONOGRAFIAS E PROJETOS EXPERIMENTAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS com os objetivos:

- Estimular o aprimoramento da formação acadêmica.
- Incentivar os futuros profissionais de Relações Públicas a empregar, de forma eficiente, seus conhecimentos teóricos e práticos.
- Evidenciar a excelência da formação acadêmica em Relações Públicas.

Art. 2º O Concurso compreende trabalhos de graduação e pós-graduação.

Art. 3º Entre os projetos de graduação, poderão concorrer apenas trabalhos elaborados por alunos do último semestre de Cursos de Comunicação com Habilitação em Relações Públicas que estejam localizados em território nacional.

Os trabalhos de graduação poderão ser inscritos nas seguintes categorias:

- a. Monografias.
- b. Projetos Experimentais.
- c. Ações estratégicas de Relações Públicas.

Parágrafo único: Trabalhos sem fundamentação teórica ou baseados em clientes inverídicos serão desclassificados.

Art. 4º Na categoria **monografia** os trabalhos deverão ser classificados em uma das seguintes temáticas:

A. Empresas públicas e privadas – monografia que aborde estudo de caso sobre e Empresas públicas ou privadas.

B. Responsabilidade sócio-ambiental; monografia de caráter teórico que aborde temáticas específicas, responsabilidade social, sustentabilidade ou que utilize método de estudo de caso.

C. Valorização da profissão (monografia que destaque a atuação de acadêmicos/profissionais de Relações Públicas no aprimoramento de sua atuação).

Na categoria **Projeto Experimental** os trabalhos deverão ser classificados em uma das seguintes temáticas:

A. **Empresarial:** agro negócios, indústrias (base, bens de consumo, químicas/farmacêuticas, extrativas, alimentícias, automobilísticas) comércio (varejo e atacado), serviços (logísticos, financeiros, telecomunicações, educação, saúde, etc.)

Empresarial 1 – Relações Públicas em Ações Institucionais;
Empresarial 2 - Relações Públicas em apoio ao Marketing;
Empresarial 3 - Relações Públicas em Ações Culturais e de Responsabilidade sócio-ambiental.

B. **Governamental** (poderes públicos, órgãos da administração direta, indireta, agências reguladoras);

C. **Terceiro Setor** (entidades sem fins de lucratividade que se ocupam de assuntos de interesse público em geral);

Os autores de Projeto Experimental poderão inscrever, além do projeto na íntegra, até duas das seguintes ações propostas na categoria Ações Estratégicas de Relações Públicas, a saber:

- a. Pesquisa;
- b. Vídeo institucional;
- c. Publicação institucional;
- d. Relacionamento com a imprensa e ou gerenciamento de crise;
- e. Eventos;
- f. responsabilidade sócio- ambiental

Parágrafo único – as ações propostas inscritas na categoria **Ações Estratégicas de Relações Públicas** deverão contemplar as seguintes informações:

a. Pesquisa;

1. Apresentação do cliente - breve histórico e briefing do mesmo.
2. Cenário atual - apresentação do cenário mercadológico no qual o cliente está inserido.
3. Definição dos públicos de interesse - critérios adotados e públicos selecionados para as ações do projeto.
4. Projeto(s) de Pesquisa - apresentação do(s) projeto(s) de pesquisa desenvolvido(s) para o cliente conforme a seguinte estrutura:
 - 4.1. Problema.
 - 4.2. Metodologia da pesquisa (tipo de pesquisa, método de pesquisa e método de coleta de dados).
 - 4.3. Universo e Amostra (cálculo ou definição da amostra e tipo de amostra).
 - 4.4. Instrumento para coleta de dados.
 - 4.6. Apresentação e análise dos resultados.
5. Diagnóstico - texto de diagnóstico baseado em todo levantamento de informações e resultados das pesquisas desenvolvidas.

b. Vídeo institucional;

O vídeo institucional deverá ser inscrito em uma das seguintes modalidades: vídeo de apresentação institucional/conceitual, vídeo comemorativo, vídeo de treinamento/integração. Os candidatos inscritos nessa categoria deverão encaminhar 3 (três) DVDs acompanhados de um projeto gravado em 3 (três) CDs, cuja redação contemple os seguintes itens:

1. Breve apresentação do cliente.
2. Diagnóstico - principais pontos para sustentação do plano geral de ações.

3. Projeto do vídeo institucional – separado por modalidade.
 - 3.1. Público-alvo.
 - 3.2. Justificativa do uso do vídeo e da modalidade selecionada.
 - 3.3. Roteiro.
 - 3.4 Plano de produção (programas, tecnologias e ferramentas aplicadas)
 - 3.5. Documentação de autorização do uso de imagem.
4. Plano de divulgação (mídia e periodicidade)
5. Orçamento e cronograma.
6. Resultados esperados e formas de avaliação.

c. Publicação institucional;

1. Breve apresentação do cliente.
2. Diagnóstico – principais pontos para sustentação do plano geral de ações.
3. Plano Geral de Ações.
4. Planejamento da Publicação Institucional.
 - 4.1 Público-alvo.
 - 4.2 Objetivo da ação.
 - 4.3 Justificativa.
 - 4.4 Estratégia.
 - 4.5 Projeto Editorial.
 - 4.6 Projeto Gráfico e Ficha técnica.
5. Orçamento e cronograma.
6. Resultados esperados e formas de avaliação.

d. Relacionamento com a imprensa e ou gerenciamento de crise;

1. Perfil do cliente e sua situação frente à opinião pública.
2. Proposta de relacionamento com a imprensa e sua inserção no planejamento de comunicação organizacional.
3. Descrição de ações/ ferramentas utilizadas (folders, treinamento de porta vozes, kits de imprensa, roteiro de open house ou de press tour etc.).
4. Detalhamento da abordagem dos veículos e recursos utilizados.
5. Orçamento e cronograma.
6. Resultados esperados e formas de avaliação.

e. Eventos;

1. Descritivo do evento (nome, data, local, inscrições, programa do evento, organização, apoio, coordenação).
2. Público-alvo.
3. Investimento: recurso próprio ou Patrocínio (formas de participação).
4. Atividade Social.
5. Informações adicionais.
6. Material utilizado para divulgação (convites, cartazes, web marketing).
7. Material de apoio (papelaria a brindes)
8. Cronograma.
9. Orçamento.
10. Resultados esperados e formas de avaliação.

f. Responsabilidade sócio-ambiental

1. Perfil do cliente e sua situação frente à opinião pública.
2. Públicos envolvidos

3. Proposta de atuação – importância e necessidade
4. Descrição de ações/ ferramentas utilizadas
5. Orçamento e cronograma.
6. Resultados esperados e formas de avaliação.

Art. 5º Na categoria pós-graduação poderão concorrer apenas monografias de alunos de cursos de especialização (lato sensu) em Relações Públicas e Comunicação Organizacional de instituições de ensino superior localizadas em território nacional, em uma das seguintes temáticas:

- A. Comunicação organizacional e Relações públicas gestão e processo – estudos de caso - abordagens práticas
- B . Novas abordagens em comunicação organizacional e relações públicas - aspectos teóricos

CAPÍTULO II

Do Julgamento

Art. 6º As Monografias, os Projetos Experimentais e as ações estratégicas propostas em trabalhos de conclusão de curso de graduação serão apreciadas por júri, indicado e aprovado pela Diretoria da Associação, composto por:

- a. profissionais de Relações Públicas;
- b. profissionais de outras habilitações da área de Comunicação Social e/ou de áreas afins, especialmente convidados por seu notório saber no campo das Relações Públicas.

Art. 7º As Monografias de conclusão de curso de pós-graduação serão avaliados por dois jurados com perfil acadêmico-profissional adequado ao objeto de estudo de cada uma dos trabalhos inscritos nesta categoria.

Art. 8º Tanto as Monografias e Projetos Experimentais de graduação quanto os trabalhos de conclusão de pós-graduação serão avaliados segundo as normas estabelecidas e aprovadas pela Diretoria da ABRP/SESP.

Art. 9º A decisão da comissão julgadora é soberana e não aceita recurso de espécie alguma.

CAPÍTULO III

Da Avaliação

Art. 10º As monografias serão avaliadas pelos critérios:

a. Apresentação, redação e ortografia

A redação respeita as regras do idioma.

O texto possui um estilo fluente, cadência lógica, orientando as conclusões do leitor.

O trabalho utiliza recursos gráficos complementares ao texto para a plena compreensão

da mensagem.

b. Metodologia Científica

O trabalho utiliza de maneira correta as Normas ABNT no que diz respeito à estrutura do projeto, à formatação do texto, ao uso de citações, à indicação bibliográfica.

O objeto de estudo, os objetivos e o referencial teórico são explicitados.

O projeto se utiliza de pesquisa de empírica e justifica a sua aplicação, bem como descreve os procedimentos de campo, indicando o método adotado, o tipo de pesquisa, o tipo de amostragem, o perfil da amostra etc.

As conclusões retomam os objetivos, o referencial teórico e a pesquisa de campo, quando utilizada, para o desenvolvimento de uma análise crítica e considerações do autor a respeito do objeto de estudo.

Há relação entre o título e o corpo do trabalho.

c. Aplicação dos fundamentos de Relações Públicas

A definição do objeto de estudo se dá por meio da utilização de referencial teórico do campo das Relações Públicas, Comunicação e/ou áreas afins.

Art. 11º Os Projetos Experimentais serão avaliados pelos seguintes critérios:

a. Apresentação, redação e ortografia

A redação respeita as regras do idioma e observa um estilo fluente.

O texto possui cadência lógica, uma estruturação continuada do cenário, problema e solução.

O texto é conduzido claramente e orienta as conclusões do leitor.

O trabalho utiliza recursos gráficos complementares ao texto para a plena compreensão da mensagem.

b. Metodologia científica

O trabalho utiliza de maneira correta as Normas ABNT no que diz respeito à estrutura do projeto, à formatação do texto, ao uso de citações, à indicação bibliográfica.

c. Aplicação correta dos fundamentos de Relações Públicas

O projeto apresenta argumentação teórica para o uso da atividade de Relações Públicas no cliente fundamentado em referências bibliográficas.

Os objetivos de Relações Públicas que se pretende alcançar com o projeto são explicitados.

d. Planejamento e desenvolvimento do projeto

Coerência entre diagnóstico e as ações propostas.

Viabilidade de execução das propostas.

e. Aplicação correta das técnicas de Relações Públicas

As propostas apresentadas estão dentro do universo de atuação de Relações Públicas.

O trabalho apresenta programas e ações adequados aos problemas detectados.

As propostas apresentadas são criativas.

Há adequação das propostas ao perfil do cliente.

Art. 12º As ações estratégicas de Relações Públicas serão avaliadas conforme os critérios

abaixo:

a) Pesquisa;

1. Coerência entre situação-problema e pesquisas desenvolvidas.
2. Adequação da metodologia de pesquisa à situação problema.
3. Utilização correta da metodologia de pesquisa selecionada.
4. Consistência da análise de dados.
5. Relevância dos dados obtidos e sua aplicação na elaboração do diagnóstico.

b) Vídeo institucional;

1. Pertinência da proposta, sua inserção no planejamento de comunicação da organização e adequação como estratégia para o alcance dos objetivos pretendidos.
2. Adequação da modalidade de vídeo a situação-problema.
3. Linguagem visual (enquadramento, movimentos de câmera, som, edição, seleção de imagem).
4. Roteiro (redação e técnica).
5. Relação custo-benefício.
6. Formas de avaliação e mensuração de resultados.
7. Viabilidade de produção.
8. Criatividade.

c) Publicação institucional;

1. Pertinência da proposta, sua inserção no planejamento de comunicação da organização e adequação como estratégia para o alcance dos objetivos pretendidos.
2. Adequação do Projeto Editorial ao público-alvo.
3. Correlação do projeto gráfico ao projeto editorial e ao público.
4. Relação custo-benefício.
5. Formas de avaliação e mensuração de resultados.
6. Viabilidade de produção.
7. Criatividade.

d) Relacionamento com a imprensa;

1. Pertinência da proposta, sua inserção no planejamento de comunicação da organização e adequação como estratégia para o alcance dos objetivos pretendidos.
2. Adequação das estratégias utilizadas.
3. Adequação das peças e das mensagens ao perfil do cliente.
4. Adequação das peças à mensagem a ser divulgada.
5. Qualidade e adequação das peças desenvolvidas (forma e conteúdo).
6. Relação custo-benefício.
7. Formas de avaliação e mensuração de resultados.
8. Criatividade.

e) Eventos;

1. Pertinência da proposta, sua inserção no planejamento de comunicação da organização e adequação como estratégia para o alcance dos objetivos pretendidos.
2. Planejamento e desenvolvimento do evento.
3. Estratégia de divulgação (adequação dos veículos selecionados, identidade Visual).
4. Relação custo-benefício.

5. Formas de avaliação e mensuração de resultados.
6. Viabilidade de produção.
7. Criatividade.

Art. 13º As monografias de pós-graduação serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios:

a. Apresentação, redação e ortografia

A redação respeita as regras do idioma.

O texto possui um estilo fluente, cadência lógica, orientando as conclusões do leitor.

O trabalho utiliza recursos gráficos complementares ao texto para a plena compreensão da mensagem.

b. Metodologia Científica

O trabalho utiliza de maneira correta as Normas ABNT no que diz respeito à estrutura do projeto, à formatação do texto, ao uso de citações, à indicação bibliográfica.

O objeto de estudo, os objetivos e o referencial teórico são explicitados.

O projeto se utiliza de pesquisa de empírica e justifica a sua aplicação, bem como descreve os procedimentos de campo, indicando o método adotado, o tipo de pesquisa, o tipo de amostragem, o perfil da amostra etc.

As conclusões retomam os objetivos, o referencial teórico e a pesquisa de campo, quando utilizada, para o desenvolvimento de uma análise crítica e considerações do autor a respeito do objeto de estudo.

Há relação entre o título e o corpo do trabalho.

c. Fundamentação teórica

A definição do objeto de estudo se dá por meio da utilização de referencial teórico do campo ao qual o objeto de estudo pertence e áreas afins.

d. Inovação

§ 1º Os trabalhos serão avaliados na escala de 0 (zero) a 10 (dez) pontos, atribuídos a cada um critérios estipulados anteriormente.

§ 2º A classificação dos trabalhos será feita a partir da média obtida pela soma das notas atribuídas pelos jurados. Os três finalistas de cada uma das categorias e suas respectivas temáticas serão aqueles que obtiverem a maior média de pontos.

§ 3º Havendo empate entre os três finalistas, a ABRP/SP decidirá pelo Projeto Experimental que for superior nos seguintes itens:

- a. redação;
- b. aplicação dos fundamentos e técnicas de Relações Públicas.

No caso de empate entre as Monografias finalistas, o desempate será decidido pelo trabalho superior em:

- a. redação;
- b. aplicação da metodologia científica em sua montagem;

§ 4º Será desclassificado o trabalho que:

- a. não obtiver um mínimo de 7 pontos;
- b. for inscrito em temática não adequada;
- c. for entregue sem ficha de inscrição devidamente preenchida e/ou mídia solicitada;
- d. não tenha sido produzido no ano letivo de 2007.

CAPÍTULO IV

Da Premiação

Art. 14º Os finalistas em cada categoria e sua respectiva temática serão divulgados pelo site da ABRP/SESP após o julgamento, juntamente com o ranking do concurso a partir do quarto colocado em cada categoria e suas respectivas temáticas.

Art. 15º Os vencedores serão conhecidos apenas na cerimônia de premiação e divulgados posteriormente no site da entidade.

Art.16º Serão conferidos aos classificados em primeiro, segundo e terceiro lugares troféus, medalhas e certificados nos termos desse regulamento na cerimônia de premiação. Os contemplados que não comparecerem à cerimônia, receberão a documentação e prêmios a posteriori.

§ 1º Farão jus ao diploma:

- a. os autores dos Projetos e Monografias classificados em primeiro, segundo e terceiro lugares em cada uma das temáticas;
- b. o professor inscrito como orientador do trabalho classificado em primeiro, segundo e terceiro lugares, conforme Ficha de Inscrição;
- c. o Curso de Comunicação a que pertence o Projeto ou Monografia premiado, em nome de seu Diretor ou do Chefe de Departamento;

§ 2º Os troféus serão entregues aos trabalhos premiados em primeiro lugar.

§ 3º Aos alunos classificados em primeiro, segundo e terceiro lugares serão concedidas medalhas e certificados de classificação em cada categoria.

§ 4º Aos professores orientadores, Chefes de Departamento ou Diretores de Faculdades classificados em segundo e terceiro lugares também serão concedidos certificados de classificação em cada categoria.

§ 5º Aos demais trabalhos inscritos e não classificados entre os três primeiros lugares serão concedidos certificados de participação, desde que solicitados a ABRP/SESP.

§ 6º Os mesmos critérios de premiação serão adotados para os trabalhos inscritos na categoria Pós-Graduação.

§ 7º Na categoria Ações Estratégicas de Relações Públicas serão indicados apenas o primeiro e o segundo colocados em cada subcategoria. Os autores da proposta classificada em primeiro lugar serão premiados com medalha e certificado de participação e o segundo colocado receberá certificado de classificação.

§ 8º Os orientadores e Chefes de Departamento ou Diretores da Faculdade dos trabalhos classificados nessa categoria também receberão certificado de classificação.

CAPÍTULO V

Das Inscrições

Art. 17º As inscrições deverão ser realizadas no período de **12 de maio a 30 de junho de 2008**. A prorrogação desta data poderá ser feita pela Diretoria da ABRP/SESP, se necessário.

Art. 18º Deverão ser entregues 3 (três) cópias dos Projetos ou Monografias em CD-ROM com o trabalho completo, juntamente com a Ficha de Inscrição, na sede da ABRP/SESP. O mesmo deverá ser feito para os trabalhos que concorrem nas categorias Pós-Graduação e Ações Estratégicas de Relações Públicas, de acordo aos itens solicitados.

§ 1º O arquivo em CD-ROM deverá ser salvo em arquivo PDF e apresentado na ordem correta de leitura e entendimento equivalente a uma via escrita, incluindo-se a bibliografia, os anexos e os apêndices.

§ 2º Apenas a embalagem do CD-ROM deverá indicar claramente o título do trabalho, categoria em que se enquadra, temática, nome(s), do(s) autor(es), instituição de ensino de origem. Todas as identificações (autor, orientador e instituição de ensino) deverão ser retiradas do corpo dos trabalhos para que os jurados não sejam influenciados de forma alguma em sua avaliação. O mesmo deve ser observado para a gravação da mídia de DVD – solicitada na categoria vídeo institucional.

§ 3º Para a publicação dos trabalhos vencedores no site da ABRP, obrigatoriamente deve ser incluído no mesmo CD-ROM um resumo, em PDF, que contemple todas as fases e etapas do trabalho, mas de forma condensada.

§ 4º Aplica-se o parágrafo anterior se o trabalho, no seu todo e no formato PDF, alcançar mais de 50 (cinquenta) páginas.

Art. 19º As inscrições deverão ser efetuadas na sede da Associação Brasileira de Relações Públicas – Seção Estadual de São Paulo ou pelo site da instituição (com envio dos materiais pelo correio ou portador) nos prazos marcados e de acordo com as exigências deste Regulamento.

Art. 20º A taxa de inscrição para o curso ou autor de Monografia de conclusão de graduação não associado à ABRP será de R\$ 160,00 (cento e sessenta reais) e R\$ 120,00 (cento e vinte reais) aos autores dos trabalhos e/ou cursos que pertencem ao quadro associativo da ABRP (de qualquer Estado).

O valor da taxa de inscrição para o curso ou autor de Projeto Experimental não associado à ABRP é de R\$ 200,00 (duzentos reais). Os autores dos trabalhos e/ou cursos que pertencem ao quadro associativo da ABRP (de qualquer Estado) pagarão taxa de inscrição de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais).

O valor da taxa de inscrição para de uma Ação Estratégica de Relações Públicas é de R\$ 120,00 (cento e vinte reais) para o curso ou autor não associado à ABRP.

Os autores dos trabalhos e/ou cursos que pertencem ao quadro associativo da ABRP (de qualquer Estado) pagarão R\$ 90,00 (noventa reais) pela inscrição de uma Ação Estratégica de Relações Públicas.

O valor da inscrição de Monografias de pós-graduação para o curso ou autor não associado à ABRP é de 200,00 (duzentos reais) e R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) para os sócios da ABRP (de qualquer Estado).

§ 1º Considera-se aprovada a inscrição mediante:

- a. recebimento da Ficha de Inscrição devidamente preenchida e assinada pelo orientador do trabalho;
- b. entrega do comprovante bancário de pagamento da taxa de inscrição ou cheque nos valores estipulados no artigo 19º deste Regulamento. Os depósitos deverão ser efetuados no Banco Caixa Econômica Federal, agência 2994 Domingos de Morais, conta 03000084-7.

c. entrega do trabalho em CD-ROM (e DVD quando solicitado) conforme disposto no artigo 9º.

§ 2º Em nenhuma hipótese haverá devolução ou reembolso do valor da inscrição.

CAPÍTULO VI

Das Disposições Gerais

Art. 21º A ABRP/SESP fica autorizada a publicar, na íntegra ou em parte, as Monografias ou Projetos premiados em quaisquer veículos de comunicação, respeitada a autoria dos mesmos.

Art. 22º Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pela Diretoria da ABRP/SESP.