

REGIMENTO DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS

DA PRÁTICA, SUA MISSÃO, VISÃO E VALORES

Sobre a agência

A Prática – Agência Experimental de Relações Públicas é um projeto de extensão do Departamento de Comunicação Social (DECOM), supervisionado e coordenado por um professor da habilitação em Relações Públicas. A agência é um local de pesquisa e extensão e seu principal objetivo é proporcionar aos estudantes o desenvolvimento prático daquilo que é apreendido em sala de aula.

A agência atua em parceria com o Departamento de Comunicação, desenvolvendo atividades de pesquisas, mapeamento de públicos, planos de comunicação e organização de eventos, tornando-se assim referência na prestação de tais serviços.

Na condição de agência experimental, a Prática não visa obtenção de lucro, sendo a UFPR sua principal beneficiada. Seus projetos prioritários devem atender em primeira instância a própria universidade, podendo também atender clientes externos.

Missão

A Missão da Prática é aproveitar o ambiente de aprendizado para disseminar o papel das Relações Públicas, estabelecendo relação entre ensino, mercado e comunidade.

Visão

Ser referência em comprometimento, eficiência, resultados no aprendizado da comunicação integrada.

Valores

A agência experimental tem como principal valor aliar a teoria e a prática, atuando dentro dos aspectos éticos da profissão. Portanto, toda ação de seus membros deve condizer com esse princípio. O Praticante não está inserido no ambiente somente para aprender, mas também para trazer boa repercussão ao curso e, conseqüentemente, à profissão, mostrando a importância estratégica das Relações Públicas para a universidade e posteriormente para a comunidade.

DA ESTRUTURA E DA ORGANIZAÇÃO

Gerência discente:

Será apontado pelos próprios Praticantes no início de sua gestão, um nome para ocupar o cargo de gerente de Atividades internas. Esse será responsável pelo acompanhamento do trabalho individual dos membros. O gerente tem poder para delegar e fiscalizar tarefas e deve garantir que haja uma distribuição justa e equilibrada das mesmas. A agência manterá um (a) professor (a) orientador (a), escolhido(a) em reunião de Colegiado.

DO AMBIENTE

Embora seja um espaço público, os responsáveis finais pela preservação do local são os Praticantes, portanto algumas regras devem ser cumpridas: Os arquivos devem estar sempre organizados. Isto vale tanto para os arquivos físicos quanto os digitalizados, pois esses representam a história e o conhecimento (contatos, experiências etc.) da Prática;

- A limpeza na área comum (copa) deve ser mantida;

- Todos os Praticantes têm direito de utilizar o espaço da agência para fins de pesquisa e estudo. A agência não é um espaço de lazer e seus materiais não devem ser disponibilizados sem que isso seja devidamente anotado e arquivado;
- A prioridade de uso dos equipamentos da agência é para suprir as necessidades de seus projetos;

DO COMPROMETIMENTO

- A carga horária de serviço na agência deve ser respeitada e durante esse período o Praticante deve se organizar para priorizar suas responsabilidades para com a mesma;
- A presença constará diariamente no livro de registros, sendo responsabilidade do Praticante registrar o seu horário de permanência;
- Todas as faltas e atrasos devem ser justificados (de preferência com no mínimo um dia de antecedência) utilizando meios oficiais de comunicação da Prática;
- Todo o dinheiro disponível na agência deve ter, no máximo, dois responsáveis, nomeado pelo grupo;

DAS TAREFAS CONSTANTES

Independentemente de existirem diversos projetos agendados e/ou ocorrendo, certas tarefas devem ser executadas durante o período de funcionamento da Prática;

Manutenção e organização dos Arquivos: a gestão é responsável pela organização dos arquivos da Prática;

Processos de comunicação Interna: Devem ter dois responsáveis e envolve a elaboração de atividades de integração, atas, atualização dos quadros e planejamento de tarefas;

Atendimento: São necessários três responsáveis pela busca de contatos e/ou possíveis parcerias tanto com outras agências experimentais e juniores quanto com as empresas e outros órgãos da UFPR;

Direção de arte: É aconselhável que se tenha três responsáveis pela criação de toda a arte envolvida nos projetos de agência.

DOS OBJETIVOS DA PRÁTICA

Nas Novas Diretrizes Curriculares do Curso de Relações Públicas o MEC – Ministério de Educação e Cultura determina como condição para o seu funcionamento a obrigatoriedade de disponibilizar equipamentos e laboratórios técnicos específicos da área, além da recomendação de que sejam mantidas agências experimentais. Isso possibilita ao aluno um contato mais efetivo e o mais próximo possível das diversas atividades próprias da profissão.

- Dar subsídios ao aluno para que pratique atividades relacionadas a profissão de Relações Públicas e suas interfaces;
- Contribuir para a formação prática e teórica do acadêmico;
- Proporcionar ao aluno o trabalho em equipe num ambiente de comunicação integrada;
- Preparar o acadêmico para que seja gestor de relacionamento das organizações com seus públicos de interesse;
- Promover a aproximação com organizações, de caráter público e privado, para inserir o futuro aluno de Relações Públicas no mercado de trabalho;
- Mapear empresas e agências de comunicação de Curitiba e Região Metropolitana que valorizem o trabalho dos Relações Públicas;
- Oferecer cursos e eventos de extensão para a formação complementar;

- Possibilitar que o aluno utilize técnicas de pesquisa, de planejamento estratégico e de gestão estratégica no desenvolvimento, execução e avaliação de projetos específicos de Relações Públicas;

DO QUE COMPETE À PRATTICA

Tipos de ações e projetos que podem ser realizados pela agência:

São ações e projetos sem fins lucrativos que beneficiem prioritariamente a universidade e/ou instituições não-governamentais;

- Planejar, organizar, executar e divulgar projetos de pesquisas científicas de docentes / discentes da universidade;
- Propor, planejar, organizar e executar projetos de extensão, promovendo a interação entre Universidade e aluno;
- Planejar, promover, executar e avaliar eventos tais como palestras, seminários e encontros envolvendo o meio acadêmico, mercado e sociedade;
- Desenvolver projetos de complementação acadêmica, atendendo às necessidades e práticas de disciplinas da habilitação;
- Planejar, criar e desenvolver atividades envolvendo docentes/discentes, através de clientes reais, onde as ações de Relações Públicas atuem na prestação de serviços na sociedade;

Todas as ações e projetos planejados serão executados somente após aprovados em reunião da Pratica e visitados pelo professor(a) orientador(a).

NÚMERO MÍNIMO E MÁXIMO DE PARTICIPANTES: PROFESSORES ORIENTADORES, ESTAGIÁRIOS, BOLSISTAS E VOLUNTÁRIOS.

- Serão selecionados, no início do ano letivo, de 10 a 14 alunos voluntários pela gestão anterior da Pratica, com o aval do professor orientador;
- Pratica pode convocar mais alunos para colaborarem na organização de um evento e/ou na execução de um projeto;
- O coordenador da Pratica é escolhido entre os professores do Curso de Relações Públicas;
- Conforme a especificidade do projeto desenvolvido pela Pratica, um novo professor pode ser convocado para auxiliar na orientação de alunos;
- Os bolsistas serão selecionados entre os voluntários da Pratica, respeitando os critérios dos editais da UFPR e/ou outras instituições de fomento;
- A Pratica também pode ser espaço de estágio. Neste caso, há um regulamento próprio que deve ser seguido;

DESISTÊNCIA E SUBSTITUIÇÃO DE PRATTICANTES

Toda vez que houver desistência de um voluntário da Pratica, os demais membros da Pratica, em reunião ordinária ou extraordinária, decidirão sobre a necessidade de abrir mais um processo seletivo;

Em caso de desistência, o aluno só receberá um certificado com a quantidade de horas que permaneceu na Pratica;

A substituição só ocorrerá mediante processo seletivo;

O aluno desistente só retorna para a Pratica se passar por um novo processo seletivo;

DO QUE COMPETE AO PRATTICANTE

Tempo de Permanência: 12 horas semanais;

O aluno voluntário deve cumprir 12 horas semanais divididas no período da tarde ao longo da semana;

Dos Deveres do Praticante

- Responsabilizar-se por gerenciar a estrutura física e material da agência, bem como coordenar a rotina do seu funcionamento, com o auxílio do professor supervisor;
- Organizar o espaço, disponibilizar trabalhos e material da agência;
- Prestar auxílio aos grupos de trabalhos, na elaboração de tarefas vinculadas a clientes reais, sempre sob supervisão dos professores envolvidos;
- Cumprimento de 12 horas semanais, distribuídas de forma individual para garantir que a agência permaneça aberta de segunda a sexta, das 14h às 18h;
- Respeitar a carga horária, se organizar para cumprir as responsabilidades para com a agência de forma eficiente, e justificar as faltas e atrasos;
- Respeitar as funções relativas ao cargo designado para cada integrante da Prática e submeter-se ao responsável pelo cargo de Comunicação Interna, pois este, apesar de não ter maior voz perante o departamento ou ao (à) professor (a) coordenadora da agência, irá intermediar e gerir a comunicação entre os praticantes;
- Zelar pelo patrimônio público dentro da agência e outras dependências da Universidade, utilizando-o de forma consciente e sustentável.
- Limitar a carga de trabalho, priorizando a eficiência e a relação com o cliente.
- Esclarecer aos clientes todas as etapas do trabalho que será realizado pela Prática;
- Comprometer-se a cumprir os prazos de entregas dos projetos ao cliente, de acordo com o contrato previamente estabelecido.

DOS DIREITOS DO PRATICANTE

- Vivenciar todas as etapas de um planejamento e/ou uma organização de evento; Poderá buscar novos clientes para a Prática, desde que aprovado em reunião ordinária ou extraordinária pela maioria de seus membros (alunos e professor);
- Sugerir ideias de projetos, eventos e pesquisas para desenvolver na Prática;
- Ser respeitado no desenvolvimento de suas ações na Prática;
- Receber um certificado com suas horas de atuação na Prática, após a entrega do relatório final.

DOS CARGOS E SUAS COMPETÊNCIAS

Diretor geral: Como líder de equipe, é responsável pelas atividades:

- Coordena projetos, sendo o mediador entre os integrantes e o professor orientador;
- É mediador entre clientes, equipe e professor orientador;
- Responde pela agência em reuniões, solicitações quando o professor não está presente;
- Mantém a ordem, garantindo o cumprimento das funções e tarefas a realizar;
- Coordena a organização e a realização dos projetos propostos;
- Redige, em conjunto com o redator, o relatório final de avaliação dos projetos realizados

Vice-diretor

Dá apoio ao diretor, em todas as suas atividades. Assume em caso de ausência do diretor geral;

Atendimento

- Realiza o contato externo com clientes e possíveis parceiros. É o primeiro contato com o público que busca a agência, reportando ao diretor geral sobre contatos e solicitações;
- Responde e-mails e contato telefônico;
- Busca patrocínio e orçamento para os recursos necessários para a realização dos projetos;
- Organiza contatos para a criação e atualização de *mailings*.

Comunicação Interna

- É responsável por gerenciar a comunicação entre os integrantes da Prática;
- Informa sobre pautas, reuniões e tarefas de cada praticante;
- Controla o cumprimento de horários e atividades, bem como as ausências dos praticantes;
- Controla a escala, as justificativas de falta e as reposições;
- Responsável por manter um bom clima organizacional, procurando estabelecer um ambiente harmonioso e sem conflitos;
- Gerencia conflitos e crises de relacionamento interno;
- É responsável por coordenar tarefas de cunho administrativo relacionadas à agência e coordenar o relacionamento com o Departamento de Comunicação Social;
- Redigir a ata das reuniões ordinárias e extraordinárias, bem como divulgá-la a toda a gestão e colher a assinatura dos participantes.
- Elaborar documentos oficiais pertinentes à UFPR e ao DECOM, para solicitação de materiais, entre outros (ofícios, requerimentos etc.)
- Organiza e controla o espaço físico (patrimônio, mobiliário) e os recursos materiais (arquivo, materiais de escritório) da agência;
- Organiza documentação dos projetos (check-list, emissão de certificados, relatórios etc.), em conjunto com o diretor geral.

Tesouraria

- É responsável por coordenar e controlar os recursos financeiros da agência.
- Controla os fluxos de entrada e saída de recursos financeiros;
- Informa os valores por meio de livro-caixa;
- Planeja e organiza a captação de recursos (patrocínios, rifas etc.)

Mídias Sociais

- É responsável por coordenar a comunicação externa – mídia, imprensa e a comunicação on-line;
- Atualiza o blog, redes sociais e o site da Prática, em conjunto com o redator;
- Cria e atualiza o mailing, bem como o relacionamento com sites/blogs/redes sociais relacionados às Relações Públicas e à Comunicação;
- Coordena o relacionamento com outras agências experimentais e júnior de comunicação, via on-line;
- Cria e atualiza o mailing, bem como o relacionamento com a mídia e a imprensa, para divulgar atividades e projetos da Prática;
- Realiza os clippings (análise de inserção na mídia) da marca e dos projetos desenvolvido e relaciona-os por meio de relatório.

Redação

- É responsável pela redação, revisão e edição de textos diversos. Atua em conjunto com a criação, na redação de material publicitário. Este cargo pode ser desenvolvido pelo estudante de qualquer uma das habilitações;
- Escreve matérias e artigos no blog;
- Elabora textos para os veículos de comunicação (e-mail marketing e jornal mural, entre outros);
- Revisa os documentos feitos por outros cargos.

Diretoria de Arte

Este cargo pode ser desenvolvido, preferencialmente, pelo estudante da habilitação de Publicidade e Propaganda ou por qualquer habilitação, desde que, capacitado.

- Desenvolver o material institucional da agência, tanto impresso quanto digital.
- Desenvolver materiais publicitários para fins de divulgação dos projetos e eventos.
- Planejar campanhas de comunicação e divulgação, desenvolvendo as suas artes.

Coordenadoria de Eventos

- É responsável por organizar os eventos em seus três níveis: estratégico, tático e operacional
- É responsável pela criação, elaboração, organização, análise e apoio aos eventos institucionais
- Buscar levar a informação aos demais alunos da UFPR por meio de debates, palestras, feiras e oficinas em diferentes campi e diversos temas

DO QUE COMPETE AO PROFESSOR COORDENADOR

O professor da área específica de Relações Públicas será escolhido pelos membros do Colegiado do Curso de Comunicação. Terá um mandato de um ano, que pode ser prorrogado por mais um se o professor tiver disponibilidade de tempo e tenha cumprido satisfatoriamente suas funções;

- Orientar o aluno em todas etapas do projeto desenvolvido na Prática;
- Revisar anualmente o regulamento, procurando aperfeiçoar a sua elaboração;
- Realizar reuniões com os alunos uma vez por semana;
- Fazer cumprir todos os itens do regulamento;
- Manter contatos permanentes com a coordenação do curso e informá-la sobre o andamento da execução dos projetos;
- Ser o elo entre alunos e organização-cliente, interferindo e colocando-se à disposição para eventuais esclarecimentos, se necessário;
- Avaliar individualmente o desempenho dos alunos.
- Avaliar todos os projetos antes da sua execução;

DOS CRITÉRIOS PARA ACEITAÇÃO E PARTICIPAÇÃO EM PROJETOS E EVENTOS, DENTRO E FORA DA UFPR

Os projetos e eventos da UFPR serão priorizados quando a demanda for maior que a capacidade de execução da Prática.

- A Prática não executará mais que cinco projetos no mesmo período;
- A Prática não organizará mais de um evento no mesmo período;
- Os projetos serão realizados a partir de um cronograma aprovado pelos membros da
- Prática;



- Os projetos e os eventos realizados fora da UFPR não terão fins lucrativos;
- Caberá aos contratantes da Prática o gasto com material de insumo e transporte;

DO ESPAÇO FÍSICO E PATRIMÔNIO DA PRÁTICA

A Prática está localizada no Pólo da Comunicação, no Campus do Juvevê, na Rua Bom Jesus, 650. Todos os itens da Prática estão listados no patrimônio da Universidade Federal do Paraná e, por esse motivo, não podem ser retirados da sala; Os itens do patrimônio podem ser substituídos, mas para isso é necessário o aval do chefe de departamento. Toda troca deve ser registrada na lista de patrimônio do DECOM.

DO PROCESSO SELETIVO

O edital para o processo seletivo será amplamente divulgado pelo menos um mês antes da sua realização; Podem participar do processo seletivo todos os estudantes de Comunicação da UFPR;

O processo seletivo conta com várias etapas: entrega de folha com os primeiros dados do participante e algumas questões para serem respondidas, projeto(s) de acordo com o(s) cargo(s) escolhido(s), dinâmica em grupo e entrevista pessoal.



SACOD
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

COORDENAÇÃO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS