

**NORMAS COMPLEMENTARES AO EDITAL DE PROCESSO SELETIVO  
SIMPLIFICADO N.º 1 /2014, PUBLICADO NO D.O.U. DE 14/01/2014, SEÇÃO 3,  
PÁGINAS 83 E 84 PARA PROFESSOR SUBSTITUTO - REDAÇÃO  
PUBLICITÁRIA**

O Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação faz saber aos interessados que, embasada na Lei nº 8.745, de 09 de dezembro de 1993, alterada pela Lei 9.849 de 02 de outubro de 1999, encontram-se abertas as inscrições ao Processo Seletivo para contratação de Professor Substituto, para área de Redação Publicitária, edital n.º 1 / 2014, observando-se o que contém a resolução nº 373 CEPEC de 2 de março de 1994 e as seguintes condições:

**1 – DAS VAGAS**

- 1.1 – Unidade/Instituição: Faculdade de Informação e Comunicação – FIC/UFG.
- 1.2 – Curso: Publicidade e Propaganda
- 1.3 – Número de Vagas: 01 (uma) vaga
- 1.4 – Campo de Conhecimento: **Redação Publicitária**

**2 – DA INSCRIÇÃO**

- 2.1 – Período: de 15 de janeiro a 29 de janeiro de 2014.
- 2.2 – Local: Secretaria Administrativa da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC/UFG.
- 2.3 – Horário: 08h às 12h
- 2.4 – Taxa: R\$ 45,00 (quarenta e cinco reais) a ser recolhida em favor da Universidade Federal de Goiás. A guia de recolhimento é obtida na Secretaria Administrativa da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC/UFG ou na página eletrônica da FIC/UFG ([www.fic.ufg.br](http://www.fic.ufg.br)).

**3 – DOCUMENTOS EXIGIDOS**

- 3.1 – Diplomas de Graduação em Comunicação Social ou áreas afins e Especialização em Comunicação Social ou áreas afins.
- 3.2 – Currículo Plataforma *Lattes* atualizado.
- 3.3 – Comprovante de recolhimento da taxa de inscrição.

**4 – DA CONTRATAÇÃO**

- 4.1 – Contrato de locação de serviços, por tempo determinado até 31 de dezembro de 2014, sem vínculo empregatício, nos termos dos Arts. 1216 a 1236 do Código Civil Brasileiro. O candidato aprovado em primeiro lugar terá até 10 (dez) dias para o preenchimento da vaga. Na impossibilidade deste prazo, será convocado o 2º colocado.
- 4.2 – Remuneração Mensal: R\$ 2.660,41.
- 4.3 – Carga Horária Semanal: 40h

## **DO PROCESSO SELETIVO**

5.1 – Sorteio do ponto: 05/02/2014, às 14h, na sala22(Sala multiuso de Publicidade e Propaganda), Piso Superior, FIC/UFG. A lista de pontos para prova didática está em anexo neste edital.

5.2 – Prova Didática: 06/02/2014, a partir das 14h, na sala 22 (Sala multiuso de Publicidade e Propaganda) da FIC/UFG. A prova didática terá duração de 50 (cinquenta) minutos, realizada perante a Comissão Examinadora a ser designada pela Direção da Unidade.

5.3 – Seleção dos candidatos: cada membro da Comissão Examinadora atribuirá a cada candidato uma nota variável de 0 (zero) a 10,0 (dez) e serão aprovados os candidatos que, a partir da média mínima de 7,0(sete), obtiveram a maior média limite.

5.4 – Tempo de validade da seleção: o processo seletivo perderá a sua eficácia com o preenchimento da vaga objeto deste Edital.

5.5 – A Comissão Examinadora divulgará o resultado final do julgamento da prova didática no dia 07/02/2014.

## **6 - DO RECURSO**

6.1 – Prazo para recurso: nas 24 (vinte e quatro) horas após o encerramento da proclamação do resultado, os candidatos poderão interpor recurso, cabendo à Comissão Examinadora recebê-lo, instruí-lo e encaminhá-lo ao Conselho Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC/UFG para apreciação.

## **7 – DOCUMENTOS APRESENTADOS**

7.1 – Os documentos apresentados ao Processo Seletivo estarão à disposição dos candidatos no período de 30 (trinta) dias, a partir da publicação do resultado. Após esta data serão descartados os referidos documentos.

Goiânia, 14 de janeiro de 2014.

Prof. Dr. Magno Medeiros

Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação

## **Anexo A**

### **PROFESSOR SUBSTITUTO** **Redação Publicitária**

#### **Lista de Pontos – Prova Didática**

- 1 – A criatividade e o *brainstorming* no campo da publicidade;
- 2 – Título e *slogan* publicitários;
- 3 – A relação das linguagens verbal e não-verbal na criação publicitária;
- 4 – O roteiro publicitário para audiovisual;
- 5 – A razão e a emoção na redação publicitária;
- 6 – O trabalho do redator publicitário na criação de *spots* e *jingles*;
- 7 - A criação de conceitos criativos de campanha;
- 8 – Redação Publicitária e posicionamento de marca em planejamento para médio e longo prazos;
- 9 – Redação Publicitária e criação para varejo;
- 10 – A redação publicitária nas estratégias digitais.