

**NORMAS COMPLEMENTARES AO EDITAL Nº. 3/ 2010 – Publicado DOU de 19/01/2010 /
Seção 3 p. 46**

**PROCESSO SELETIVO PARA PROFESSOR SUBSTITUTO – PUBLICIDADE E
PROPAGANDA**

O Diretor da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia faz saber aos interessados que, embasado 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 às inscrições ao Processo Seletivo para contratação de Professor Substituto, para a área de Marketing e Publicidade, Proc. Nº 23070.024097/2009-64, observando-se os termos da Lei nº 8745, de 09/12/1993, com a redação dada pelas Leis nº 9849, de 26/12/1999, nº 10667 de 14/05/2003, e nos termos da orientação normativa SRH/MP nº5 de 28/10/2009.

1- DAS VAGAS

- 1.1 – Unidade/Instituição: Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia/UFG.
- 1.2 – Curso: Publicidade e Propaganda
- 1.3 - Número de vagas: 01 (uma) vaga
- 1.4 – Campo de Conhecimento: Marketing e Publicidade

2 – DA INSCRIÇÃO

- 2.1 – Período: 02/02/2010 a 11/02/2010
- 2.2 – Local: Secretaria da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia/UFG.
- 2.3. Horário: 08h às 14h
- 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 da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia ou na página da Facomb (www.facomb.ufg.br).

3 – DOCUMENTOS EXIGIDOS

- 3.1. Diploma de Graduação em Publicidade e Propaganda
- 3.2. Diploma de Pós-Graduação / Mestrado em Comunicação Social ou Áreas de Marketing e Administração
- 3.3. *Currículo Plataforma Lattes*, com títulos devidamente comprovados.
- 3.4. Comprovante de recolhimento da taxa de inscrição.

4 – DA CONTRATAÇÃO

- 4.1 – Contrato de locação de serviços, por tempo determinado até 31/12/2010, 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: 2.766,96
- 4.3 – Carga horária semanal: 40 horas

5 – DO PROCESSO SELETIVO

- 5.1 – **Sorteio do ponto: 12/02/2010, às 14h00, na FACOMB/UFG.** A lista de pontos para a prova didática será entregue ao candidato no ato da inscrição.
- 5.2 – **Prova Didática: 18/02/2010, a partir das 14h00, na FACOMB/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), obtiverem 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 **19/02/2010**.



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 Comunicação e Biblioteconomia 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, 02 de fevereiro de 2010.

Prof. Magno Medeiros

Diretor da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia/UFG

Processo Seletivo - Professor Substituto: Marketing e Publicidade

Lista de Pontos – Prova didática

1. Os lugares, as características e as contribuições do Planejamento de Marketing para uma comunicação persuasiva eficaz
2. Importância e aplicação da Pesquisa de Marketing utilizada pelas agências de publicidade
3. Plano de marketing – roteiro, fases e modelos
4. Relações entre a publicidade e as estratégias de marketing
5. Planejamento de Marketing em contraponto ao Planejamento de Comunicação
6. Atendimento e gestão de projetos dentro de uma agência.
7. Conceito Geral de Marketing e suas definições específicas (Serviços, Varejo, Cultural, Político, Esportivo, Social)
8. Tendências do Marketing no Século XXI
9. Branding – Gerenciamento de Marcas
10. Marcas sensoriais – a experiência e a emoção no ato da compra

Ficha de Inscrição Nº _____

PROCESSO NÚMERO:

CURSO:

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO AO PROCESSO SELETIVO PARA PROFESSOR SUBSTITUTO NA ÁREA/DISCIPLINAS DE:

Candidato: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Estado: _____ CEP: _____

Telefone: _____ Celular: _____

E-mail: _____

Nacionalidade: _____ Naturalidade: _____

Data de Nascimento: _____ Sexo: _____ Estado Civil: _____

Nome do Pai: _____

Nome da Mãe: _____

Carteira de Identidade: _____ Órgão Expedidor: _____

CPF: _____ Reservista: _____ Categoria: _____

Título Eleitoral: _____ Zona: _____ Seção: _____

Declaro que ao fazer este pedido de inscrição, assumo integral responsabilidade pelas informações aqui feitas e aceito os termos do Edital que regulamenta o Concurso de minha opção.

Goiânia, _____ de _____ de 2010.

Assinatura do (a) Candidato(a)

Assinatura do responsável pelo recebimento da inscrição