



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

DELIBERAÇÃO nº 039 /97

Reestrutura o Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado e Opinião Pública.

O **CONSELHO SUPERIOR DE ENSINO E PESQUISA**, no uso da competência que lhe atribui o artigo 11, parágrafo único, do Estatuto e com base no Processo nº 1893/95, aprovou e eu promulgo a seguinte Deliberação:

Art. 1 - Fica aprovada a reestruturação do Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado e Opinião Pública, em nível de Pós-Graduação *lato sensu* a ser ministrado em conformidade com as normas vigentes na UERJ e com a presente Deliberação.

§ 1º - O Curso de que trata o *caput* deste artigo tem por finalidade a formação de pessoal qualificado para o exercício de atividades profissionais na área de Pesquisa de Mercado e de Opinião Pública.

§ 2º - O Curso se destina a graduados em Comunicação Social, áreas afins e demais portadores de diploma de graduação plena, interessados no assunto.

Art. 2 - Compete à Faculdade de Comunicação Social a responsabilidade administrativa, científica e pedagógica do Curso, cabendo ao Departamento de Relações Públicas o acompanhamento técnico-pedagógico.

Parágrafo único - A gerência financeira estará a cargo do Centro de Produção da UERJ (CEPUERJ).

Art. 3 - Caberá ao Diretor da Faculdade de Comunicação Social a designação do Coordenador do Curso, indicado pelos e dentre os docentes aprovados para o mesmo.

Art. 4 - O Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado e Opinião Pública terá a duração de 360 horas (trezentos e sessenta horas), correspondente a 24 (vinte e quatro) créditos e será ministrado em conformidade com a estrutura curricular em anexo à presente Deliberação.

Art. 5 - O curso poderá ser ministrado em uma ou mais etapas,, não excedendo o prazo de 04 (quatro) semestres consecutivos para sua integralização.

Art. 6 - A matrícula no Curso far-se-á anualmente, mediante seleção dos candidatos, a qual compreenderá:



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

(Continuação da Deliberação nº 039 /97)

- a) prova escrita;
- b) análise do *curriculum vitae*;
- c) entrevista.

§ 1º - O edital de inscrição para a seleção de candidato será divulgado, anualmente, pela Coordenação do Curso.

§ 2º - Serão oferecidas, a cada ano, até 40 (quarenta) vagas.

§ 3º - Serão exigidos no ato da inscrição:

- a) diploma e histórico escolar de curso superior em Comunicação Social ou áreas afins;
- b) *curriculum vitae*;
- c) carta de próprio punho justificando o interesse pelo curso;
- d) duas fotos 3X4.

§ 4º - A aceitação da inscrição dependerá de exame prévio da documentação apresentada.

Art. 7 - A avaliação da aprendizagem será realizada mediante um ou mais das seguintes modalidades:

- a) provas escritas;
- b) relatórios expositivos;
- c) pesquisa orientada;
- d) seminário;
- e) projeto de pesquisa.

§ 1º - A avaliação final do Curso inclui, necessariamente, a apresentação de uma monografia.

§ 2º - Na ocasião da matrícula, o Coordenador do Curso designará, para cada aluno, um Orientador para acompanhar a monografia.

Art. 8 - O aproveitamento, resultante da avaliação da aprendizagem, será expresso por notas de zero a dez, sendo admitido 0,5 (meio) ponto.

Parágrafo único - Para a aprovação em cada disciplina do Curso e na monografia, o aluno deverá ter média igual ou superior a 7,0 (sete) e frequência de 85% (oitenta e cinco por cento) nas aulas e atividades programadas.

Art. 9 - Para fins de avaliação da monografia, o aluno encaminhará 3 (três) exemplares da mesma, de acordo com as normas estabelecidas pela Coordenação, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) meses, improrrogáveis, a contar da data do início do Curso.

Parágrafo único - Após o recebimento da monografia, a Comissão Examinadora, designada pela Coordenação, terá o prazo máximo de 30 (trinta) dias para anunciar a avaliação final.



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

(Continuação da Deliberação nº 039 /97)

Art. 10 - A integralização dos estudos necessários ao Curso será expressa em unidades de crédito.

Parágrafo único - Cada unidade de crédito corresponderá a 15 (quinze) horas-aula.

Art. 11 - Ao aluno é facultada a isenção em até 2 (duas) disciplinas cursadas em Curso de Pós-Graduação desde que:

- a) reconhecida pela Coordenação do Curso como compatível com os objetivos propostos, carga horária e conteúdo, conforme composição curricular em anexo;
- b) seja apresentada comprovação de que a(s) disciplina(s) foi (foram) cursada(s) com aproveitamento;
- c) seja comprovado que a(s) disciplina(s) foi (foram) cursada(s) no prazo máximo de 4 (quatro) anos imediatamente anteriores ao ato da matrícula no curso.

Art. 12 - Não será concedido trancamento de matrícula.

Art. 13 - O aluno será desligado do Curso, quando reprovado pela segunda vez na mesma disciplina, ou uma vez em duas ou mais disciplinas.

Art. 14 - Terá direito a Certificado do Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado e Opinião Pública o aluno que obtiver:

- a) total de 22 (vinte e dois) créditos correspondentes a 8 (oito) disciplinas e 360 (trezentos e sessenta) horas;
- b) a aprovação da monografia a que se refere o parágrafo único do artigo 8º, correspondente a 2 (dois) créditos/ 30 (trinta) horas.

Art. 15 - Ao término de cada Curso a Direção da Faculdade de Comunicação Social encaminhará à Sub-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa relatório final, em formulários próprios, incluindo os históricos escolares dos alunos que concluíram o Curso de Especialização em Pesquisa de Mercado e Opinião Pública, para fins de expedição do Certificado pertinente.

Parágrafo único - A elaboração do relatório final é da exclusiva responsabilidade do Coordenador do Curso.

Art. 16 - Esta Deliberação entrará em vigor nesta data, revogada a Deliberação nº 24/95 e demais disposições em contrário.



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

(Continuação da Deliberação nº 039 /97)

UERJ, em 30 de dezembro de 1997.

ANTONIO CELSO ALVES PEREIRA
REITOR



ANEXO

**ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO
EM PESQUISA DE MERCADO E OPINIÃO PÚBLICA**

DISCIPLINAS	CH	CR
Pesquisa Social	60	04
Análise Quantitativa	60	04
Análise Qualitativa	45	03
Informática Aplicada à Pesquisa de Mercado e Opinião	45	03
Sistemas de Informação na Área Social	30	02
Sociologia do Consumo	30	02
Marketing	45	03
Metodologia do Trabalho Científico	15	01
Monografia	30	02
TOTAL	360	24