

# **CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**



## **EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS**

**BRUSQUE (SC)  
2012**

## SUMÁRIO

<b>1ª FASE</b> .....	4
01 – INTRODUÇÃO A PUBLICIDADE E PROPAGANDA .....	4
02 – HISTÓRIA DA ARTE .....	4
03 – COMUNICAÇÃO VISUAL .....	4
04 – LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS .....	4
05 – METODOLOGIA CIENTÍFICA .....	5
06 – FOTOGRAFIA I .....	5
<b>2ª FASE</b> .....	5
07 – SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO .....	5
08 – MARKETING E COMUNICAÇÃO .....	5
09 – PROCESSO DE CRIAÇÃO .....	6
10 – TEORIAS DA COMUNICAÇÃO .....	6
11 – COMPUTAÇÃO GRÁFICA .....	6
12 – FOTOGRAFIA II .....	6
<b>3ª FASE</b> .....	7
13 – REDAÇÃO PUBLICITÁRIA – MÍDIA IMPRESSA .....	7
14 – ÉTICA E LEGISLAÇÃO .....	7
15 – ESTATÍSTICA .....	7
16 – MÍDIA .....	7
17 – PESQUISA DE MERCADO .....	8
18 – COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE .....	8
<b>4ª FASE</b> .....	8
19 – REDAÇÃO PUBLICITÁRIA – RÁDIO, TV E INTERNET .....	8
20 – PLANEJAMENTO EM MARKETING .....	8
21 – ATENDIMENTO PUBLICITÁRIO .....	9
22 – SEMIÓTICA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA .....	9
23 – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR .....	9
24 – CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE I .....	9
<b>5ª FASE</b> .....	10
25 – PRODUÇÃO GRÁFICA .....	10

26 – PRODUÇÃO AUDIOVISUAL I .....	10
27 – PLANEJAMENTO DE MÍDIA .....	10
28 – FILOSOFIA .....	10
29 – CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE II.....	11
30 – MARKETING DIGITAL.....	11
<b>6ª FASE .....</b>	<b>11</b>
31 – SEMINÁRIO DE PROJETO EXPERIMENTAL.....	11
32 – PRODUÇÃO AUDIOVISUAL II .....	11
33 – MARKETING DE RELACIONAMENTO .....	12
34 – PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING.....	12
35 – DESIGN E GESTÃO DE MARCAS.....	12
36 – PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO.....	12
<b>7ª FASE .....</b>	<b>13</b>
37 – PROJETO EXPERIMENTAL I.....	13
38 – PRODUÇÃO PARA WEB.....	13
39 – INTELIGÊNCIA COMPETITIVA .....	13
40 – PROPAGANDA POLÍTICA.....	13
41 – ECONOMIA E CONSUMO.....	14
<b>8ª FASE .....</b>	<b>14</b>
42 – PROJETO EXPERIMENTAL II.....	14
43 – TÓPICOS ESPECIAIS EM COMUNICAÇÃO INTEGRADA.....	14
44 – RESPONSABILIDADE SÓCIOAMBIENTAL .....	14
45 – EMPREENDEDORISMO .....	15
46 – ESTÁGIO SUPERVISIONADO .....	15
<b>DISCIPLINAS OPATIVAS .....</b>	<b>15</b>
01 – LIBRAS .....	15

---

**1ª FASE**

---

**01 – INTRODUÇÃO A PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

**EMENTA**

História, teoria, técnica, prática e tendências da publicidade e propaganda. Elementos do sistema publicitário (agência de propaganda, clientes, produtoras, veículos, instituições de classe, consumidores e governo). Mercado regional e nacional.

**02 – HISTÓRIA DA ARTE**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Manifestações artísticas da pré-história ao século XXI. A produção de sentido estético na cultura da massa. Princípios estéticos e influências artísticas em publicidade e propaganda.

**03 – COMUNICAÇÃO VISUAL**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Conceitos de linguagem visual. Percepção visual e teorias da forma. Técnicas de comunicação visual aplicada à propaganda. Análise e execução de projetos de comunicação visual.

**04 – LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Leitura analítica e crítica. Gêneros textuais. Interpretação e organização do texto científico. Estruturação do texto acadêmico com ênfase nos aspectos de argumentação, coesão, coerência e correção gramatical. Desenvolvimento das habilidades linguísticas. Oralidade.

### **05 – METODOLOGIA CIENTÍFICA**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

#### **EMENTA**

Universidade e ciência. Produção e Natureza do conhecimento científico. Métodos e técnicas de pesquisa. Estrutura, normatização e apresentação de trabalhos acadêmicos e científicos. Diretrizes institucionais para a formação.

### **06 – FOTOGRAFIA I**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

História e conceito de fotografia. Câmeras e objetivas. Enquadramentos, iluminação, forma, contraste, profundidade de campo. Planejamento e construção da imagem fotográfica. Grandes fotógrafos e suas obras. Ensaio fotográfico.

## **2ª FASE**

---

### **07 – SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

#### **EMENTA**

A influência da comunicação na sociedade contemporânea. A interação entre a comunicação e a política nas sociedades democráticas. A opinião pública e as relações sociais. Mídia e identidades sócio-étnico-culturais. Distribuição de renda. Sustentabilidade ambiental. Relações interétnicas. Relações de gênero. Nova ordem global e implicações regionais.

### **08 – MARKETING E COMUNICAÇÃO**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Conceitos de Marketing e aplicações. Teoria dos 4Ps. Comunicação Integrada: Comunicação Institucional, Administrativa, Interna e Mercadológica. Comunicação Mercadológica. Publicidade e Propaganda e o ciclo de vida do produto.

### **09 – PROCESSO DE CRIAÇÃO**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Expressão gráfica, forma, espaço, cor, composição, diagramação e meios. Processo criativo e metodologia de trabalho. Exercícios de brainstorming.

### **10 – TEORIAS DA COMUNICAÇÃO**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Panorama histórico da comunicação. Epistemologia da comunicação. Principais teorias, escolas e tendências teóricas em comunicação. Pesquisa em comunicação.

### **11 – COMPUTAÇÃO GRÁFICA**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Familiarização com o uso dos *softwares* atualmente usados em tratamento e manipulação de imagens. Criação e diagramação.

### **12 – FOTOGRAFIA II**

---

Carga Horária: 60h

Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Imagem e fotografia digital. Câmeras e equipamentos digitais. Arquivos digitais e propriedades. Formatos RAW e

---

**3ª FASE**

---

**13 – REDAÇÃO PUBLICITÁRIA – MÍDIA IMPRESSA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Os elementos do texto em Publicidade e Propaganda. Adequação texto/imagem e mensagem/meio. Redação de textos publicitários para a mídia impressa como revistas, jornais, *folders*, outdoors, folhetos, convites e mala direta. A integração publicitária nos meios impressos.

**14 – ÉTICA E LEGISLAÇÃO**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

**EMENTA**

Conceitos de ética e moral. A ética na publicidade. A regulamentação publicitária no Brasil e em outros países. CONAR (Conselho Nacional de Autoregulamentação Publicitária), CENP (Conselho Executivo de Normas-Padrão), CDC (Código de Defesa do Consumidor). Legislação referente à publicidade: tributária, telecomunicações, código civil e comercial, censura.

**15 – ESTATÍSTICA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Conceitos básicos da estatística descritiva. Representação gráfica e tabular de dados qualitativos e quantitativos. Tipos, fases e delineamento de pesquisa. Construção de tabelas e gráficos; amostragem; instrumentos de pesquisa, análise e discussão de dados.

**16 – MÍDIA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Conceitos básicos de mídia. Organização e formação do departamento de mídia. Fluxograma das atividades de mídia. Meios novos e meios tradicionais.

**17 – PESQUISA DE MERCADO**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Tipos de pesquisa. Metodologias qualitativas e quantitativas. Métodos e instrumentos de coleta de dados. Fundamentos de amostragem. Análise de dados e apresentação de resultados. Projeto e execução de pesquisa de mercado em Publicidade e Propaganda.

**18 – COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Conceito de comunicação. O processo de comunicação. Evolução e atualidade das tecnologias e linguagens de comunicação e informação. Mudanças sociais decorrentes dos avanços tecnológicos. Inteligência artificial e comunidades virtuais.

**4ª FASE**

---

**19 – REDAÇÃO PUBLICITÁRIA – RÁDIO, TV E INTERNET**

---

Carga Horária: 90h  
Total de Créditos: 06

**EMENTA**

Características da linguagem

campanhas.

**20 – PLANEJAMENTO EM MARKETING**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Noções de macro e microambiente. Níveis estratégico, tático e operacional. Sistemas de informações de marketing. Segmentação de mercado. Posicionamento. Roteiro e elaboração do plano de marketing.



### **21 – ATENDIMENTO PUBLICITÁRIO**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

#### **EMENTA**

O papel do profissional de atendimento. Noções de vendas e negociação. Conquista e fidelização de clientes. Apresentação de campanhas. Gerenciamento de contas publicitárias.

### **22 – SEMIÓTICA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Teoria geral dos signos. Semiótica, linguagem e cultura. A representação e sua importância na sociedade de consumo. Análises de significação em publicidade e propaganda.

### **23 – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

O consumidor como tomador de decisões. Determinantes básicos do comportamento do consumidor e dos compradores organizacionais. O papel do indivíduo, do ambiente e da empresa nas decisões de consumo e compra. Modelos de comportamento do consumidor e compradores organizacionais.

### **24 – CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE I**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Conceitos de direção de arte e organização do departamento de arte de uma agência de propaganda. Técnicas de comunicação visual aplicadas à propaganda: tipografia, luz, cor, fotografia, composição, identidade visual e linguagem.

---

**5ª FASE**

---

**25 – PRODUÇÃO GRÁFICA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Desenvolvimento histórico dos processos e materiais gráficos. Processos gráficos contemporâneos em publicidade e propaganda. Fluxo e implicações do processo gráfico: pré-impressão, impressão e pós-impressão. Aplicabilidade e praticidade dos aspectos gráficos.

**26 – PRODUÇÃO AUDIOVISUAL I**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Estudo das técnicas de produção em Rádio, Televisão e cinema, aplicadas à realização de peças e campanhas publicitárias. Atribuições do profissional que atua nessa área.

**27 – PLANEJAMENTO DE MÍDIA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Cobertura, frequência, GRP, CPM, adequação dos meios no plano de mídia, relação custo x benefício. Seleção e compra de espaço. Mensuração de resultados. Análise de briefing sob a ótica da mídia.

**28 – FILOSOFIA**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

**EMENTA**

Introdução à filosofia. Filosofia política. Filosofia da ciência. Lógica. Teoria do Conhecimento. Racismo, preconceito e relações étnico-raciais. Teorias filosóficas contemporâneas.

### **29 – CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE II**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Direção de arte em fotografia e vídeo publicitário. Editoração eletrônica.

### **30 – MARKETING DIGITAL**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Conceitos e ferramentas do marketing digital. A integração do Mkt-mix e o Planejamento de Marketing digital. Segmentação, análise do mercado-alvo, perfil de clientes e gerenciamento de bancos de dados. Comércio eletrônico e desenvolvimento de marcas na Internet.

## **6ª FASE**

---

### **31 – SEMINÁRIO DE PROJETO EXPERIMENTAL**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

#### **EMENTA**

A elaboração do projeto de trabalho e monografia: etapas, processos e cuidados.

### **32 – PRODUÇÃO AUDIOVISUAL II**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

#### **EMENTA**

Técnicas de Roteiro. Processo de produção de peças publicitárias para Rádio, TV e cinema. Orçamento e cronograma de produção. Exercícios de pré-produção, produção e finalização de áudio em publicidade. Criação de Produção para comerciais para televisão. Criação de jingles, spots. Efeitos especiais ópticos e mecânicos. Edição em Rádio, TV e cinema. Sonorização. Direção de Arte: Cenários, Figurinos e Maquiagem. Efeitos digitais eletrônicos. Exercícios práticos de vídeo em publicidade.

**33 – MARKETING DE RELACIONAMENTO**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Introdução ao marketing de relacionamento. O Papel do Marketing de Relacionamento. Estratégias para a era do cliente. Como manter a fidelidade do cliente através do marketing de relacionamento. Técnicas para agradar a clientela.

**34 – PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

, institucional e merchandising no ponto de venda e no veículo de comunicação. O crescimento mundial dos investimentos em promoção e a legislação promocional no Brasil. Vantagens e riscos da utilização de promoção de vendas. Planejamento de ações e campanhas promocionais.

**35 – DESIGN E GESTÃO DE MARCAS**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

A importância da marca no processo mercadológico. Noções de *Branding* e *Brand Equity*. O Sistema de Identidade e o Manual de Identidade Visual. Exercícios de diagramação e criação de símbolos, marcas e logotipos.

**36 – PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Estrutura de planejamento de campanha. Problematização, análises e diagnósticos de comunicação. Objetivos, estratégias, metas e táticas. Orçamentos e instrumentos de avaliação e controle. Execução e avaliação de campanhas.

---

**7ª FASE**

---

**37 – PROJETO EXPERIMENTAL I**

---

Carga Horária: 120h  
Total de Créditos: 08

**EMENTA**

Desenvolvimento de uma campanha para cliente real ou elaboração de um plano de negócio para empreendimento em comunicação

**38 – PRODUÇÃO PARA WEB**

---

Carga Horária: 90h  
Total de Créditos: 06

**EMENTA**

Formatos de peças publicitárias na web. Planejamento de divulgação na web. Noções de design e estruturas de informação. Desenvolvimento e publicação de conteúdo web: redes sociais *on-line*, animações, *blogs*, *banners*, *websites*, *hotsites*.

**39 – INTELIGÊNCIA COMPETITIVA**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

**EMENTA**

Modelos tradicionais de Inteligência competitiva no Varejo. Desafios de IC no varejo. A consolidação de tendências, interpretações, hábitos e atitudes do consumidor. Ferramentas para otimizar a IC na organização. Técnicas para monitorar o mercado consumidor.

**40 – PROPAGANDA POLÍTICA**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

**EMENTA**

Introdução ao estudo da campanha ideológica. Estudo e aplicação das técnicas de comunicação e Marketing a política. Estudo da influência dos meios de comunicação no comportamento do eleitor. Definição de funções e administração da campanha eleitoral. Planejamento e manutenção de campanhas. Definição da mensagem e estratégias. Pesquisas de opinião: seus métodos e utilização. A contrapropaganda.

**41 – ECONOMIA E CONSUMO**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Ciência econômica: conceito e objeto de estudo. Demanda e oferta. Mercados concorrenciais. A cultura de consumo na sociedade contemporânea. O consumo na perspectiva dos aspectos sociológicos, antropológicos, econômicos, sociais e históricos. A psicologia social e o consumo. As práticas da publicidade, da propaganda e do marketing, como atividades voltadas para o estímulo dos processos de decisão de compra e de aquisição de bens.

---

**8ª FASE**

---

**42 – PROJETO EXPERIMENTAL II**

---

Carga Horária: 120h  
Total de Créditos: 08

**EMENTA**

Desenvolvimento de monografia, artigo ou case.

**43 – TÓPICOS ESPECIAIS EM COMUNICAÇÃO INTEGRADA**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

**EMENTA**

Aspectos específicos em Comunicação Integrada: Comunicação Institucional, Administrativa, Interna e Mercadológica e Gestão de Comunicação Integrada: mensuração de resultados, acompanhamento e controle.

**44 – RESPONSABILIDADE SÓCIOAMBIENTAL**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

**EMENTA**

Evolução dos conceitos de responsabilidade social e ambiental. Princípios e dimensões da sustentabilidade. Eco-competitividade. Gestão ambiental e desenvolvimento de sociedades sustentáveis.

#### **45 – EMPREENDEDORISMO**

---

Carga Horária: 60h  
Total de Créditos: 04

##### **EMENTA**

O empreendedor. Importância do empreendedor na sociedade. Empreendedorismo e Intraempreendedorismo. Atitudes e características empreendedoras. Ciclo de vida organizacional. Desenvolvimento da capacidade empreendedora.

#### **46 – ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

---

Carga Horária: 90h  
Total de Créditos: 06

##### **EMENTA**

Observação do campo e elaboração de relatório de estágio contendo: descrição do perfil e da estrutura da empresa com ênfase nos aspectos de comunicação; análise situacional e contextual com diagnóstico dos principais problemas de comunicação; plano de ação contendo objetivos, estratégias, metas, táticas, orçamentos, cronogramas de execução e instrumentos de avaliação e controle.

### **DISCIPLINAS OPATIVAS**

---

#### **01 – LIBRAS**

---

Carga Horária: 30h  
Total de Créditos: 02

##### **EMENTA**

Introdução à Língua de Sinais e a educação para pessoas surdas nas dimensões básicas do saber, do fazer e do ser. A educação inclusiva como espaço interdisciplinar nos discursos sobre diversidade e identidade. Os efeitos no cotidiano escolar e nas práticas pedagógicas, construídas na Educação Básica.