

**PROCESSO n° 37/19**

PROCEDÊNCIA: COMISSÃO DE REESTRUTURAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO CURRICULAR DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO DA UNIFEBE.

ASSUNTO: PROPOSTA DE MATRIZ CURRICULAR E EMENTÁRIO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA 2020.1.

**PARECER n° 35/19**

**DATA: 24/09/2019**

**1 HISTÓRICO**

A Comissão de Reestruturação da Organização Curricular dos Cursos de Graduação da UNIFEBE, constituída pela Portaria UNIFEBE n° 141/19, de 09/05/2019, protocolou junto ao Conselho Universitário - CONSUNI, do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, para análise e deliberação, a proposta de Matriz Curricular e Ementário do Curso de Publicidade e Propaganda, para alunos ingressantes a partir do 1º Semestre Letivo de 2020.

**2 ANÁLISE**

2.1 Matriz Curricular e Ementário anexos.

**3 PARECER**

Diante do exposto na análise, o Conselho Universitário - CONSUNI do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, deliberou:

**APROVAR** a Matriz Curricular e o Ementário do Curso de Publicidade e Propaganda 2020.1.

Brusque, 24 de setembro de 2019.

Rosemari Glatz (Presidente) \_\_\_\_\_

Sergio Rubens Fantini \_\_\_\_\_

Sidnei Gripa \_\_\_\_\_

Jaison Homero de Oliveira Knoblauch \_\_\_\_\_

Günther Lothar Pertschy \_\_\_\_\_

Roberto Heinzle \_\_\_\_\_

Márcia Maria Junkes \_\_\_\_\_

Ester da Silva Lima \_\_\_\_\_



**UNIFEBE**

**Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE  
Conselho Universitário - CONSUNI**

Arthur Timm \_\_\_\_\_

Robson Zunino \_\_\_\_\_

Antonio Roberto Pacheco Francisco \_\_\_\_\_



FASES	Nº.	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA			CRED.
			TEÓRICO PRÁTICA	EXTENSÃO	TOTAL	
I	1	História da Arte e do Design	62	8	70	4
	2	Criatividade	62	8	70	4
	3	Comunicação Multiplataforma	31	4	35	2
	4	Teoria da Comunicação	62	8	70	4
	5	Projeto Integrador I: Comunicação e Ciência	31	4	35	2
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>248</b>	<b>32</b>	<b>280</b>	<b>16</b>
II	6	Economia e Consumo	62	8	70	4
	7	Pesquisa de Mercado e Análise de Dados	62	8	70	4
	8	Psicologia da Comunicação	31	4	35	2
	9	Metodologia de Projeto	62	8	70	4
	10	Projeto Integrador II: Comunicação e Consumo	31	4	35	2
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>248</b>	<b>32</b>	<b>280</b>	<b>16</b>
III	11	Comunicação e Linguagem*	62	8	70	4
	12	Estética e Semiótica	62	8	70	4
	13	Representação Gráfica	62	8	70	4
	14	Fotografia	62	8	70	4
	15	Projeto Integrador III: Arte Visual	31	4	35	2
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>279</b>	<b>36</b>	<b>315</b>	<b>18</b>
IV	16	Cultura e Cidadania*	62	8	70	4
	17	Produção Publicitária: Rádio	62	8	70	4
	18	Produção Publicitária: TV e Cinema	62	8	70	4
	19	Redação Publicitária	62	8	70	4
	20	Projeto Integrador IV: Produção	31	4	35	2
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>279</b>	<b>36</b>	<b>315</b>	<b>18</b>
V	21	Desenvolvimento Regional*	62	8	70	4
	22	Marketing	62	8	70	4
	23	Promoção de Vendas, Merchandising e Eventos	62	8	70	4
	24	Atendimento e Gestão de Contas	31	4	35	2
	25	Comunicação Integrada	62	8	70	4
	26	Projeto Integrador V: Mercado	31	4	35	2
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>310</b>	<b>40</b>	<b>350</b>	<b>20</b>
VI	27	Empreendedorismo e Inovação*	62	8	70	4
	28	Mídia e Pontos de Contato	31	4	35	2
	29	Gestão de Conteúdo para Mídias Digitais	31	4	35	2
	30	E-commerce e Mídias Sociais	31	4	35	2



FASES	Nº.	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA			CRED.
			TEÓRICO PRÁTICA	EXTENSÃO	TOTAL	
	31	Marketing Digital e Tópicos Contemporâneos da Comunicação	62	8	70	4
	32	Representação Gráfica Digital	62	8	70	4
	33	Projeto Integrador VI: Ação Eletrônica	31	4	35	2
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>310</b>	<b>40</b>	<b>350</b>	<b>20</b>
VII	34	Projeto Experimental I	62	8	70	4
	35	Planejamento Publicitário	62	8	70	4
	36	Gestão de Marcas	62	8	70	4
	37	Estágio Supervisionado	126	14	140	8
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>312</b>	<b>38</b>	<b>350</b>	<b>20</b>
VIII	38	Projeto Experimental II	126	14	140	8
	39	Assessoria de Comunicação	31	4	35	2
	40	Ética e Legislação em Comunicação	31	4	35	2
	41	Mercados da Comunicação	62	8	70	4
	-	<b>SUBTOTAL</b>	<b>250</b>	<b>30</b>	<b>280</b>	<b>16</b>
-	42	Atividades Complementares**	180	-	180	-
-	-	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>2.416</b>	<b>284</b>	<b>2.700</b>	<b>144</b>

\* As disciplinas de Comunicação e Linguagem, Cultura e Cidadania, Desenvolvimento Regional e Empreendedorismo e Inovação integram o Núcleo de Disciplinas Institucionais e são ofertadas na modalidade a distância, com a realização de encontros presenciais.

\*\* As Atividades Complementares são componentes curriculares enriquecedores e implementadores do perfil do egresso e são desenvolvidas pelo acadêmico durante o curso, na instituição ou fora dela.

DISCIPLINAS OPTATIVAS*				
DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA			CRED.
	TEÓRICO PRÁTICA	EXTENSÃO	TOTAL	
Libras	31	4	35	2

\* As disciplinas optativas têm como objetivo ampliar a formação do estudante, não fazendo parte da carga horária mínima exigida para conclusão do curso.



**UNIFEFE**

## **PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS  
MATRIZ CURRICULAR 2020.1**

**BRUSQUE (SC)  
2019**

**SUMÁRIO**

<b>1ª FASE</b> .....	<b>3</b>
HISTÓRIA DA ARTE E DO DESIGN .....	3
CRIATIVIDADE .....	3
COMUNICAÇÃO MULTIPLATAFORMA.....	3
TEORIA DA COMUNICAÇÃO.....	3
PROJETO INTEGRADOR I: COMUNICAÇÃO E CIÊNCIA.....	3
<b>2ª FASE</b> .....	<b>4</b>
ECONOMIA E CONSUMO.....	4
PESQUISA DE MERCADO E ANÁLISE DE DADOS .....	4
PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO.....	4
METODOLOGIA DO PROJETO .....	4
PROJETO INTEGRADOR II: COMUNICAÇÃO E CONSUMO .....	4
<b>3ª FASE</b> .....	<b>5</b>
COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM .....	5
ESTÉTICA E SEMIÓTICA.....	5
REPRESENTAÇÃO GRÁFICA .....	5
FOTOGRAFIA .....	5
PROJETO INTEGRADOR III: ARTE VISUAL.....	5
<b>4ª FASE</b> .....	<b>6</b>
CULTURA E CIDADANIA .....	6
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA: RÁDIO .....	6
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA: TV E CINEMA.....	6
REDAÇÃO PUBLICITÁRIA .....	6
PROJETO INTEGRADOR IV: PRODUÇÃO .....	6
<b>5ª FASE</b> .....	<b>7</b>
DESENVOLVIMENTO REGIONAL.....	7
MARKETING .....	7
PROMOÇÃO DE VENDAS, MERCHANDISING E EVENTOS.....	7
ATENDIMENTO E GESTÃO DE CONTAS.....	7
COMUNICAÇÃO INTEGRADA .....	7
PROJETO INTEGRADOR V: MERCADO .....	7
<b>6ª FASE</b> .....	<b>8</b>
EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.....	8
MÍDIA E PONTOS DE CONTATO .....	8
GESTÃO DE CONTEÚDO PARA MÍDIAS DIGITAIS .....	8
E-COMMERCE E MÍDIAS SOCIAIS .....	8
MARKETING DIGITAL E TÓPICOS CONTEMPORÂNEOS DA COMUNICAÇÃO .....	8
REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DIGITAL .....	8
PROJETO INTEGRADOR VI: AÇÃO ELETRÔNICA.....	8
<b>7ª FASE</b> .....	<b>9</b>
PROJETO EXPERIMENTAL I.....	9
PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO .....	9
GESTÃO DE MARCAS .....	9
ESTÁGIO SUPERVISIONADO .....	9
<b>8ª FASE</b> .....	<b>10</b>
PROJETO EXPERIMENTAL II.....	10
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO .....	10
ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO.....	10
MERCADOS DA COMUNICAÇÃO .....	10
<b>OPTATIVAS</b> .....	<b>10</b>
LIBRAS.....	10

1ª FASE			
Nº.	DISCIPLINA	C/H	EMENTA
1	História da Arte e do Design	70	Desenvolvimento das formas de expressão plástica. Caracterização dos estilos e movimentos artísticos e sua relação com a formação do design. Estudo da história do design e da cultura visual brasileira.
2	Criatividade	70	Criação, inovação e criatividade. Metodologia do trabalho criativo. Técnicas e ferramentas individuais e em grupo.
3	Comunicação Multiplataforma	35	Os conceitos básicos de comunicação. A introdução a Publicidade e Propaganda. A noção de mídia na contemporaneidade. Mídia, intermídia, transmídia. Produção e circulação de informações em conexões multiplataforma.
4	Teoria da Comunicação	70	Panorama histórico da comunicação. Epistemologia da comunicação. Principais teorias, escolas e tendências teóricas em comunicação. Mudanças sociais decorrentes dos avanços tecnológicos. Múltiplas linguagens da comunicação para o consumidor multi-telas. Experiências práticas em inovações sociais e tecnológicas.
5	Projeto Integrador Comunicação e Ciência I:	35	Projeto integrador com as disciplinas do primeiro semestre do curso.

2ª FASE			
Nº.	DISCIPLINA	C/H	EMENTA
6	Economia e Consumo	70	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.
7	Pesquisa de Mercado e Análise de Dados	70	Tipos de pesquisa e metodologias. Análise de dados e apresentação de resultados. Projeto e execução de pesquisa de mercado em Publicidade e Propaganda. Pesquisa qualitativa e quantitativa. Práticas de coletas e geração de resultados. Apresentação dos resultados e criação de relatórios de pesquisa.
8	Psicologia da Comunicação	35	Comunicação humana: aspectos estruturais e funcionais. Estudos de recepção e de mecanismo de persuasão. Psicologia da comunicação e mercado. Comportamento social e situações interrelacionais. Comunicação de massa e sua influência no comportamento humano. Psicologia do Consumidor. Psicodinâmica das cores.
9	Metodologia de Projeto	70	Metodologias voltadas ao processo de design. Métodos, ferramentas e técnicas de projeto. Aplicação prática de metodologias em projetos de Design.
10	Projeto Integrador II: Comunicação e Consumo	35	Projeto integrador com as disciplinas do segundo semestre do curso.



<b>3ª FASE</b>			
<b>Nº.</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>C/H</b>	<b>EMENTA</b>
11	Comunicação e Linguagem	70	Estudo da linguagem e dos processos da comunicação. Noções de texto, estratégias de leitura e de produção textual. Coerência e coesão. Adequação à norma padrão aplicada aos gêneros textuais. Planejamento de pesquisa. Revisão de literatura. Normas para trabalhos acadêmicos. Técnicas de pesquisa. Métodos quantitativos e qualitativos. Análise de dados.
12	Estética e Semiótica	70	Abordagem da imagem como representação visual, mental e sua produção discursiva. Análise de elementos da percepção e elaboração visual na história da arte sob a ótica da semiótica, da linguagem e da cultura. Processos de significação da imagem na estética contemporânea e na linguagem multimídia.
13	Representação Gráfica	70	Estudo dos elementos do desenho e da composição: definição, características e funções. Introdução à teoria da cor. Elaboração de desenho de observação. Representação gráfica em ilustração.
14	Fotografia	70	Compreensão das funções dos equipamentos e técnicas fotográficas. Estudo da estética aplicada à fotografia do design. Desenvolvimento de produção fotográfica.
15	Projeto Integrador III: Arte Visual	35	Projeto integrador com as disciplinas do terceiro semestre do curso.

4ª FASE			
Nº.	DISCIPLINA	C/H	EMENTA
16	Cultura e Cidadania	70	Cultura. Cultura e Diversidade. Relações étnico-raciais. História e cultura afro-brasileira, africana e indígena. Direitos humanos. Relações de gênero. A inclusão da pessoa com deficiência na sociedade. Ética, moral e cidadania. Memória e Patrimônio Cultural.
17	Produção Publicitária: Rádio	70	Técnicas de Roteiro. Processo de produção de peças publicitárias para Rádio. Orçamento e cronograma de produção. Exercícios de pré-produção, produção e finalização de áudio em publicidade. Criação e produção para comerciais de rádio. Criação de jingles, spots. Efeitos especiais ópticos e mecânicos. Edição em Rádio. Sonorização. Direção de Arte: Efeitos digitais eletrônicos. Exercícios práticos de Rádio em publicidade.
18	Produção Publicitária: TV e Cinema	70	Produção audiovisual para cinema e TV. O papel do diretor na realização audiovisual. Linguagens audiovisuais: storyboard, argumento, roteiro e texto publicitário em mídias digitais. Práticas de roteirização, produção, direção, captação, edição e finalização.
19	Redação Publicitária	70	Principais componentes da redação publicitária. Adequação texto/imagem e mensagem/meio para mídias impressas e audiovisuais. A linguagem dos textos publicitários. Conceitos e definições de portfólio. Atividades de criação publicitária para composição de portfólio. Planejamento gráfico, produção e finalização de portfólio.
20	Projeto Integrador IV: Produção	35	Projeto integrador com as disciplinas do quarto semestre do curso.

5ª FASE			
Nº.	DISCIPLINA	C/H	EMENTA
21	Desenvolvimento Regional	70	A economia regional como ciência. O espaço econômico e o conceito de região. Teorias da localização das atividades econômica e do desenvolvimento regional. Desenvolvimento endógeno. Especialização e diversificação regional. Arranjos e sistemas produtivos locais. Desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade. As organizações e a responsabilidade socioambiental. Inovação social regional.
22	Marketing	70	Caracterização dos princípios do marketing. Pesquisa, análise e interpretação de dados sobre o mercado. Estruturação de plano de marketing para uma marca.
23	Promoção de Vendas, Merchandising e Eventos	70	Fundamentos e técnicas de promoção de vendas e merchandising. Organização de eventos promocionais. Projeto Integrado em Promoção de Vendas, Merchandising e Eventos.
24	Atendimento e Gestão de Contas	35	O briefing e a coleta de dados primária. O papel do profissional de atendimento: noções de vendas e negociação. Apresentação de campanhas e gerenciamento de contas publicitárias.
25	Comunicação Integrada	70	Conceitos e definições de Comunicação Integrada. Comunicação Mercadológica Interna e Externa. Comunicação Institucional Interna e Externa. Comunicação Administrativa Interna e Externa. Comunicação Mercadológica Intercultural. Microambientes. Papéis de Compra. Análise das Demandas. Tipos de Compras. Conceito do Produto. Tipologia de Mercados. Segmentação.
26	Projeto Integrador V: Mercado	35	Projeto integrador com as disciplinas do quinto semestre do curso.

6ª FASE			
Nº.	DISCIPLINA	C/H	EMENTA
27	Empreendedorismo e Inovação	70	Empreendedorismo e intraempreendedorismo. Processo de inovação e gestão da inovação. Design <i>Thinking</i> . Modelos de Negócios Canvas. Técnicas de prototipação e validação. Técnicas de Pitch. Tipos de Funding. Ambientes de Inovação e estruturas de apoio.
28	Mídia e Pontos de Contato	35	Conceitos básicos de mídia. Fluxograma das atividades de mídia. Análise da relação veículo e consumidor. Principais termos e técnicas para o planejamento de mídia. Mapas de mídia e características intermeios. Elaboração de plano de mídia.
29	Gestão de Conteúdo para Mídias Digitais	35	Planejamento, uso e monitoramento de redes sociais. Ferramentas colaborativas. Mídias sociais em organizações. Mídias sociais e marketing. Mineração de opiniões. Gestão de perfis. Crowdsourcing. Inbound e outbound.
30	<i>E-commerce</i> e Mídias Sociais	35	Fundamentos de comércio eletrônico. Análise do comércio tradicional. Comércio eletrônico Intra, Extra e Inter organizacional. Arquitetura de comércio eletrônico. Comércio orientado ao consumidor e ao Comerciante. Aplicações. Especificidades do meio digital por meio de uma visão sistêmica e evolutiva das ferramentas digitais e suas aplicações em diversos setores de negócios.
31	Marketing Digital e Tópicos Contemporâneos da Comunicação	70	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. Desenvolvimento de marcas na Internet.
32	Representação Gráfica Digital	70	Desenvolvimento e edição de imagens vetoriais utilizando software gráficos. Edição e tratamento de imagens bitmap. Aplicação de recursos de edição e tratamento de imagens.
33	Projeto Integrador VI: Ação Eletrônica	35	Projeto integrador com as disciplinas do sexto semestre do curso.

7ª FASE			
Nº.	DISCIPLINA	C/H	EMENTA
34	Projeto Experimental I	70	Desenvolvimento de monografia no formato artigo científico.
35	Planejamento Publicitário	70	Estrutura do planejamento publicitário. Orçamentos e instrumentos de avaliação e controle. Execução e avaliação de campanhas de comunicação.
36	Gestão de Marcas	70	Conceitos fundamentais de branding. Marca e identidade visual. Estratégias para a manutenção da imagem da marca. Brand Equity. O Sistema de Identidade e o Manual de Identidade Visual. Exercícios de diagramação e criação de símbolos, marcas e logotipos.
37	Estágio Supervisionado	140	Observação do campo profissional e elaboração de relatório de estágio.

<b>8ª FASE</b>			
<b>Nº.</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>C/H</b>	<b>EMENTA</b>
38	Projeto Experimental II	140	Desenvolvimento de projeto para cliente real, compreendendo a elaboração de um plano de comunicação para campanha publicitária.
39	Assessoria de Comunicação	35	A comunicação nas organizações: funcionamento e aspectos históricos, éticos e técnicos. Política de comunicação integrada. Técnicas de comunicação interna e dirigida em mídia impressa e eletrônica. Instrumentos de assessoria de comunicação: conceitos, implantação, controle e mensuração de resultados. Gestão estratégica da informação.
40	Ética e Legislação em Comunicação	35	Conceitos de ética e moral. A ética na publicidade. A regulamentação publicitária no Brasil e em outros países. Educação em Direitos Humanos. Legislação e órgãos reguladores referente à publicidade: tributária, telecomunicações, código civil e comercial, censura.
41	Mercados da Comunicação	70	O papel da comunicação na empresa. Administrando e desenvolvendo produtos e serviços. Gestão de novos produtos e da inovação. Agências de publicidade e propaganda. Mercados de Consumo. Novas abordagens e tendências mercadológicas. Microinfluenciadores. Inteligência Artificial. Mapeamento de Consumo.
<b>OPTATIVAS</b>			
<b>Nº.</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>C/H</b>	<b>EMENTA</b>
-	Libras	35	Introdução às teorias sobre a educação dos surdos. História, cultura e identidade surda. Escola inclusiva e/ou escola especial bilíngue. Noções básicas da língua brasileira de sinais: Libras. Práticas comunicativas e de tradução/interpretação.