

**PROCESSO nº 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 nº 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 nº 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.   |