

## **PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO**

**SÍNTESE DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (BACHARELADO)  
MATRIZ 1435**

## SUMÁRIO

<b>1 A INSTITUIÇÃO</b>	<b>3</b>
1.1 IDENTIFICAÇÃO	3
1.2 SOBRE A UNOCHAPECÓ	3
<b>2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO</b>	<b>7</b>
2.1 DADOS GERAIS	7
<b>3 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA</b>	<b>8</b>
3.1 OBJETIVOS	8
3.2 PERFIL DO EGRESSO	8
3.3 CURRÍCULO	12
3.3.1 Estágio curricular supervisionado	18
3.3.2 Trabalho de Conclusão de Curso	20
3.3.3 Atividades complementares	21
3.4 METODOLOGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM ADOTADAS NO CURSO	22
<b>4 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO</b>	<b>24</b>
4.1 POLÍTICA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO	25
4.2 POLÍTICA DE PESQUISA	27
4.4 POLÍTICA DE ATENDIMENTO E RELACIONAMENTO	30
4.5 POLÍTICA DE INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE	31
4.6 POLÍTICA DE INTERNACIONALIZAÇÃO	32

## 1 A INSTITUIÇÃO

### 1.1 IDENTIFICAÇÃO

#### **Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó)**

Credenciada pelo Decreto Estadual n.º 5.571, de 27 de agosto de 2002, publicado no Diário Oficial de Santa Catarina em 28/08/2002. Credenciamento renovado pelo Parecer n.º 226/2019 do Conselho Nacional de Educação, publicado no Diário Oficial da União em 22 de maio de 2019. Credenciado para oferta de cursos na modalidade EaD no e-MEC pelo Parecer CNE/CES 250/2013, homologado pela Portaria 536, de 02 de junho de 2015, publicada na Seção 1 do DOU n. 104, de 3 de junho de 2015. Recredenciada pelo Ministério da Educação pela Portaria n.1.327/MEC/2019.

**Código e-MEC:** 3151

**Local:** Chapecó

**Endereço:** Rua Anjo da Guarda, 295-D, Bairro Efapi, Chapecó

**Mantenedora:** Fundação Universitária do Desenvolvimento do Oeste (Fundeste)

CNPJ: 82.804.642/0001-08

Endereço: Servidão Anjo da Guarda, n. 295-D, bairro Efapi, CEP 89809-900, Chapecó (SC).

Base Legal: Criada pela Lei Municipal n. 141/71, de direito privado, declarada de utilidade pública municipal, estadual e federal, filantrópica, sem fins lucrativos. Estatuto aprovado por meio da Resolução 001/CONSUP/2019, de 23.04.2019, com registro em 09.05.2019, protocolo: 014124, registro: 012771, Livro A-060, folha 2017.

**Curso:** Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

#### **Dirigentes:**

Reitor: Prof. Claudio Alcides Jacoski

Pró-Reitora de Graduação: Prof.<sup>a</sup> Silvana Muraro Wildner

Pró-Reitora de Pesquisa, Extensão, Inovação e Pós-Graduação: Prof.<sup>a</sup> Andrea de Almeida Leite Marocco

Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento: Prof. Márcio da Paixão Rodrigues

Pró-Reitor de Administração: Prof. José Alexandre De Toni

Coordenador de Curso: Prof. Hilario Junior dos Santos

### 1.2 SOBRE A UNOCHAPECÓ

A Unochapecó é uma Universidade Comunitária pertencente ao sistema da Associação Catarinense de Fundações Educacionais (ACAFE), instalada na região Oeste de Santa Catarina, que atua além desta, também no Noroeste do Rio Grande do Sul e Sudoeste do Paraná. Tem por visão ser referência como Universidade Comunitária reconhecida pela sua qualidade acadêmica, gestão democrática, inovação, empreendedorismo, internacionalização, pesquisa e extensão, produzindo soluções transformadoras com a sociedade.

A Unochapecó foi credenciada pelo Parecer 347/2002/CEE/SC, pela Resolução 158/2002/CEE/SC e pelo Decreto Estadual 5.571, do Governo do Estado de Santa Catarina, publicado no Diário Oficial do Estado em 28 de agosto de 2002. Em 15 de julho de 2003, a Unochapecó adquiriu autonomia, sendo constituída sua estrutura de gestão própria.

A ênfase na qualidade acadêmica como diferencial ante as concorrentes esteve presente na implantação da Unochapecó. O credenciamento da universidade ocorreu em 2007 pelo Conselho Estadual de Educação (CEE/SC), por meio do Decreto Estadual nº 659 (25/09/2007), com validade por dez anos. Em 2018 a Instituição passou por novo processo de credenciamento, migrando para Conselho Nacional de Educação e não mais pelo Conselho Estadual, como era até então.

Nessas cinco décadas, a instituição passou por diversas formas de gestão acadêmica, com maior ou menor autonomia para execução de cursos nos diversos níveis. Essas unidades foram chamadas de departamentos, depois de centros e, mais recentemente, áreas. Mais recentemente,, frente ao contexto educacional, socioeconômico, cultural e tecnológico, a Unochapecó alterou sua estrutura organizacional e regime acadêmico dos cursos presenciais de graduação visando se preparar melhor para as novas realidades do ensino superior, da pesquisa científica e da integração entre universidade, setor público e setor privado (Tríplice Hélice). Neste ínterim, instituiu as Escolas do Conhecimento como aproximações e articulações que, por meio interfaces epistemológicas e suas sinergias, visam dar direcionamentos nas esferas de ensino, pesquisa, extensão e inovação, nos níveis de graduação, pós-graduação lato e stricto sensu, cursos livres e técnicos, eventos, prestação de serviço, entre outras.

A Unochapecó foi credenciado para oferta de cursos na modalidade EaD no e-MEC pelo Parecer CNE/CES 250/2013, homologado pela Portaria 536, de 2 de junho de 2015, publicada na Seção 1 do DOU n. 104, de 3 de junho de 2015. Em fevereiro de 2016, lançou seu primeiro curso na modalidade de Educação a distância (EaD), com o curso de Biblioteconomia. A partir de 2017, ampliou a oferta dos cursos de graduação a distância.

A Missão da Unochapecó é "Produzir e difundir conhecimento, contribuindo com o desenvolvimento regional sustentável e a formação profissional cidadã" e sua Visão consiste em "Ser referência como universidade comunitária, reconhecida pela sua qualidade acadêmica, gestão democrática, inovação, empreendedorismo, internacionalização, pesquisa e extensão, produzindo soluções transformadoras com a sociedade."

A Unochapecó é pautada por princípios culturais, ideológicos, morais e éticos. Os princípios servem como guia para os comportamentos, atitudes e decisões a fim de que a Universidade exerça sua missão e alcance sua visão. Os princípios que regem as decisões e as ações da Unochapecó envolvem:

- Formação profissional para a cidadania: aliar formação profissional e preparação para o exercício da cidadania;

- Gestão democrática, transparente e eficiente: ampliar e fortalecer as relações da Universidade com a comunidade interna;
- Compromisso com o desenvolvimento regional: promover ações que contribuam com o desenvolvimento regional;
- Indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão: criar, estimular e difundir valores culturais e conhecimentos científicos através do ensino, da pesquisa e da extensão;
- Garantia de meios de acesso e permanência de acadêmicos na Unochapecó: compromisso com acesso, acessibilidade, inclusão, permanência e sucesso dos alunos na universidade;
- Regionalismo: contribuir para desenvolvimento social, econômico, científico, tecnológico e cultural da região Oeste de Santa Catarina;
- Autonomia: assegurar a Autonomia Universitária como princípio constitucional para autonormação e desenvolvimento da capacidade de autodeterminação;
- Interdisciplinaridade: ações que possam garantir a construção de um conhecimento globalizante, rompendo o limite disciplinar;
- Avaliação institucional permanente e promotora de melhorias institucionais: elaboração e estruturação do funcionamento dos cursos de graduação em consonância com os indicadores externos de qualidade e os processos de avaliação;
- Sustentabilidade: garantir a perpetuidade da instituição e o acesso continuado da população e sociedade aos serviços prestados, de modo que a operação garanta saúde financeira e o status de Universidade, atendendo aos princípios de responsabilidade socioambiental.

Os Valores que compõem o conjunto de preceitos que guiam o comportamento, as atitudes e as decisões de todas as pessoas que pertencem a Unochapecó, bem como o envolvimento de todos para o alcance da missão e visão institucional, compreendem: sustentabilidade; ética; credibilidade; inovação; competência profissional; excelência acadêmica; promoção humana; excelência operacional.

A Unochapecó alcança os municípios da macrorregião oeste e também parte dos municípios próximos da divisa com os estados do Rio Grande do Sul e do Paraná, entre eles destacam-se no Rio Grande do Sul: Nonoai, Trindade do Sul, Gramado dos Loureiros, Três Palmeiras, Planalto, Ametista do Sul, Erval Grande, Rio dos Índios, Alpestre, Faxinalzinho, Liberato Salzano e Ronda Alta e no estado do Paraná: Vitorino e Pato Branco. Atua presencialmente nas cidades de Chapecó e São Lourenço do Oeste. Essas duas cidades também são pólos para o ensino a distância.

A Unochapecó prioriza investimentos na sua modernização e na sua aproximação com o setor produtivo e com as organizações sociais, aprimorando seus instrumentos de apoio ao desenvolvimento, com foco na inovação tecnológica, na agilidade e na qualidade dos serviços que presta e na transformação das pessoas como um modo privilegiado de promover o desenvolvimento.

Com isso, uma gama de novos cursos e serviços passaram a ser disponibilizados e estão acessíveis à população e às organizações econômicas e sociais de toda a região.

Nota-se que a afirmação da identidade da Unochapecó acontece cotidianamente, à medida que desenvolve ações para superar o desafio que tem sido o horizonte de articulação de suas políticas internas, quais sejam: a) o desafio de tornar-se referência no processo de desenvolvimento socioeconômico e cultural da região; b) o desafio de tornar-se referência de qualidade acadêmica; c) o desafio de tornar-se referência de gestão universitária, democrática, participativa e profissional; d) o desafio de ser vanguarda de novas práticas e tendências no mundo universitário. Neste sentido, busca ser protagonista frente às mudanças que ocorrem na estrutura do conhecimento e nos processos de ensino-aprendizagem que caminham para a interdisciplinaridade e interdependência das áreas do conhecimento e suas novas formas de apropriação do conhecimento, através da inovação curricular, especialmente articulada com o estímulo à pesquisa, inovação e empreendedorismo.

Entendendo seu papel histórico, a Unochapecó busca fortalecer uma série de iniciativas ligadas à inovação e ao empreendedorismo com objetivos de: fomentar a articulação entre os agentes do setor produtivo entre si e com as capacidades instaladas de pesquisa, extensão e ensino na Universidade; apoiar e fomentar a captação de recursos públicos e privados necessários ao desenvolvimento das atividades acadêmicas e ao desenvolvimento de novos produtos e processos produtivos; gerir todas as questões relativas à propriedade intelectual desenvolvida no âmbito do parque tecnológico; gerir o fundo de desenvolvimento da pesquisa básica, gerado a partir das atividades do Pollen Parque Científico e Tecnológico; fomentar o desenvolvimento do empreendedorismo e de uma cultura de pesquisa no âmbito da comunidade acadêmica; laboratórios de pesquisa e outros ambientes necessários às atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

### 2.1 DADOS GERAIS

**Curso:** Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

**Código e-MEC:** 64937

**Formação:** Bacharelado

**Modalidade:** Presencial

**Regime:** Seriado Semestral

**Endereço de funcionamento do Curso:** Anjo da Guarda, 295-D, Bairro Efapi, Chapecó.

**Número de vagas anuais:** 50 vagas anuais

**Turno:** Noturno (com possibilidade de aulas aos sábados)

**Carga horária:** 3000 horas

**Período de integralização do curso:** 8 semestres

Os alunos poderão integralizar a matriz curricular em tempo inferior ao tempo de integralização do curso estabelecido pela matriz curricular desde que o curso se desenvolva em mais de um turno e não ultrapassando 40 (quarenta) horas semanais de dedicação do aluno.

**Período de integralização máxima:** 12 semestres

### 3 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

#### 3.1 OBJETIVOS

Expressos na organização didático pedagógica do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda tem-se objetivos do ponto de vista do curso que acompanham as políticas institucionais (PPI e PDI) e o contexto educacional contemporâneo (mundial e regional). Além disso, sintetizam o presente projeto pedagógico que considera o perfil do egresso, as competências gerais e as competências específicas, envolvendo o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes dos alunos. São, portanto, objetivos do curso de Publicidade e Propaganda:

- Promover a formação de sujeitos autônomos e críticos, cientes do seu papel no campo da comunicação social e da ciência que sustenta esta carreira profissional;
- Demandar a criatividade em todas as instâncias do estudo e da atuação profissional como elemento indispensável para qualquer atividade relacionada direta ou indiretamente à Publicidade e à Propaganda;
- Aprimorar constantemente em professores e discentes metodologias sistêmicas e processuais que vão desde as estratégias pedagógicas até àquelas necessárias para solução de problemas de comunicação social;
- Agir no estudo e nas práticas cotidianas da formação e da atuação profissional com ética e respeito às diversidades com empatia, humanidade e cidadania, sempre com vistas a relações interpessoais saudáveis.

#### 3.2 PERFIL DO EGRESSO

A Unochapecó pretende potencializar a formação teórica, crítica, técnica e profissional, considerando os diferentes campos da Comunicação Social e, especificamente, os da Publicidade e Propaganda. Pautando-se no texto do parecer CNE/CES 146/2020, das novas Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, que estão em processo de revisão para publicação do texto final pelo Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, bem como as diretrizes curriculares alinhadas à Política de Ensino da Unochapecó (RESOLUÇÃO Nº 009/CONSUN/2021), o perfil geral do egresso da área de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Unochapecó deve:

Ser um sujeito cujo desenvolvimento pessoal considera o amadurecimento intelectual e o pensamento crítico diante da vida, da sociedade e da pluralidade da área da Comunicação Social, por meio do exercício das atividades publicitárias. Isto advém do conhecimento e da experimentação



das realidades – econômica, mercadológica, tecnológica, social, cultural, política, simbólica e regional – da comunicação persuasiva na condição de profissionais atuantes em organizações públicas, privadas ou mistas, mas também pela reflexão efetiva sobre tais realidades em acordo com o pensamento referencial da comunicação e do campo publicitário. Enquanto postura, deve contemplar o complexo cenário da comunicação contemporânea e nos contextos da economia criativa, para empreender transformações/ inovações na área da Publicidade e Propaganda, compromissadas com o social e com o desenvolvimento regional, em conformidade com as demandas do mundo do trabalho publicitário de ordem financeira, estratégica, digital, de criatividade, de produção e dos consumos de marcas, bens, serviços e corporações, bem como promover a midiaticização via propagabilidade e visibilidade de ideias, pessoas e instituições nas mediações comunicacionais de um modo mais amplo, buscando o bem comum social e a regulação/equilíbrio dos interesses de mercado e consumidores.

A partir disso, destacam-se três competências gerais que são os eixos que sustentam a formação e se alongam pela matriz curricular de forma a serem construídas por diferentes unidades curriculares de forma processual e integrada. As competências visam indicar a capacidade de agir e ser esperadas dos alunos do curso e a forma como elas devem ser desempenhadas. Compreendem as **competências gerais**:

- **Analisar de forma crítico-científica os diversos contextos econômicos, culturais e históricos que envolvem a comunicação social** interpretando, selecionando e apropriando-se de tecnologias de informação e comunicação de forma consciente, ética e inclusiva, bem como considerando a criticidade dos sujeitos consumidores e as práticas de contestação da propaganda, visando oferecer à sociedade narrativas publicitárias que respeitem às diversidades, considerando a mutabilidade de demandas sociais e profissionais e adequando-se à complexidade e velocidade da contemporaneidade a que a profissão é submetida no cotidiano.

(Esta competência atende pela Formação em Comunicação e Ético-Humanística)

- **Criar mensagens publicitárias** considerando os repertórios necessários à prática profissional da comunicação publicitária, articulando diferentes linguagens, tecnologias, estéticas e imaginários nas mediações comunicacionais entre marcas e consumidores.

(Esta competência atende pela Formação Específica da Publicidade e Propaganda)

- **Planejar e gerir estratégias de comunicação** analisando cenários e situações-problema na gestão da comunicação de clientes e seus respectivos públicos, posicionando marcas, pesquisando tendências de marketing e comunicação, selecionando e articulando técnicas de comunicação para os propósitos mercadológicos e sociais com vistas à publicização, à visibilidade e à ativação de ideias que visem o interesse do público, configurando a melhor abrangência possível entre pontos de contato.

(Esta competência atende pela Formação Específica da Publicidade e Propaganda)

A partir destas competências gerais que sustentam a organização didático-pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda, nascem as competências específicas, que ajudam a localizar nos componentes curriculares os conhecimentos atitudinais (Saber Ser) e as habilidades (Saber Fazer). Além disso, traduzem de forma mais apropriada as inspirações na DCN do curso de Publicidade e Propaganda (parecer CNE/CES 146/2020) bem como as diretrizes institucionais da Unochapecó, que indicam competências gerais voltadas ao desenvolvimento pessoal, interpessoal, social e profissional. Assim, tem-se como **competências específicas**:

- Assimilar a função social da publicidade e propaganda e sua capacidade de transformação da realidade, bem como as relações econômica, mercadológica, tecnológica, social, cultural, política, simbólica e regional de sua atuação.
- Relacionar as teorias científicas sobre as práticas referentes ao campo da Comunicação e à Publicidade e Propaganda.
- Reconhecer os conceitos e impactos das convergências tecnológicas compreendendo as teorias e práticas referentes ao campo da Comunicação e à Publicidade e Propaganda.
- Posicionar-se de maneira ética-humanística sobre as diversidades de gênero, sexualidade, étnica, de classe, desconstruindo valores arraigados.
- Mediar relações comunicacionais entre os distintos atores sociais, com ênfase nos estudos sobre sociabilidades;
- Investigar os temas pertinentes ao campo da comunicação, estudos de comunicação e mídias.
- Refletir criticamente sobre os processos comunicacionais e as práticas profissionais no campo da Comunicação.
- Gerar soluções para problemas complexos com senso crítico-reflexivo;
- Desenvolver-se pessoalmente, por meio do conhecimento e da compreensão de si mesmo e onde vive, desenvolvendo a autonomia na aprendizagem e a inteligência emocional pessoal.
- Participar ativamente na sociedade, buscando intervir de maneira crítica e responsável, desenvolvendo, entre outras habilidades, a responsabilidade socioambiental com vistas à sustentabilidade, a cultura digital, a cultura comunitária com cidadania e a internacionalização.
- Reconhecer e conectar conhecimentos, pensamentos e discursos para produção de novas relações simbólicas.
- Dominar as tecnologias e as matrizes das linguagens (visual, sonora, verbal e suas articulações) no contexto da comunicação social e suas influências para orientar, planejar, criar e avaliar materiais publicitários.
- Aplicar técnicas e metodologias projetuais na construção de mensagens publicitárias.
- Criar mensagens considerando as especificidades de cada mídia, experimentando e inovando no uso das linguagens utilizadas nos processos de comunicação publicitária.

- Produzir mensagens publicitárias nas mídias (analógicas e digitais) que favoreçam o equilíbrio entre a viabilidade e os interesses de anunciantes/marcas e consumidores.
- Diagnosticar problemas e processos de comunicação nas dimensões de análise, planejamento, criação, produção, programação, distribuição e gestão.
- Pesquisar e analisar dados e informações a fim de subsidiar a tomada de decisões sobre projetos e ações de comunicação.
- Aplicar visão estratégica e integradora ao “ler”/interpretar consumidores, cenários, situações em que as marcas anunciantes estão inseridas.
- Produzir e gerir estratégias de posicionamento e comunicação de marcas.
- Adotar o diálogo como metodologia de atuação profissional, com reciprocidade da interlocução para instaurar relações horizontais entre todas as partes envolvidas no processo publicitário.
- Empreender visão de negócio e de mercado com criatividade e inovação, liderança, capacidade para solução de problemas e tomada de decisões, uso eficaz e responsável das tecnologias, administração e gestão de projetos, visão sistêmica e global.
- Inovar, promovendo modelos de negócios novos aos agenciamentos comunicacionais, no contexto da Economia Criativa e com vistas ao desenvolvimento regional.
- Fomentar a aproximação entre os envolvidos na cadeia produtiva do sistema publicitário.
- Negociar com transparência e capacidade de escuta nas relações profissionais que são, antes de tudo, relações humanas pautadas na empatia e no princípio de alteridade.
- Aprimorar as relações interpessoais, relacionadas ao indivíduo e com os demais, desenvolvendo a inteligência emocional interpessoal, o trabalho em equipe e a cultura colaborativa.

Por fim, cabe destacar as diretrizes institucionais para a graduação da Unochapecó (RESOLUÇÃO Nº 027/CONSUN/2020) que perpassam as competências específicas do curso de Publicidade e Propaganda e são inspiradas em apontamentos emergentes sobre o profissional do novo milênio, distribuídas aqui em competências pessoais, interpessoais, sociais e profissionais, descritas a seguir:

Competências pessoais – relacionadas ao indivíduo, por meio do conhecimento e da compreensão de si mesmo e onde vive, desenvolvendo o(a): pensamento crítico e comunicação; cultura científica e gestão do conhecimento; autonomia na aprendizagem; inteligência emocional pessoal; empregabilidade; propósito de vida e desenvolvimento pessoal.

Competências interpessoais – relacionadas ao indivíduo e sua relação com os demais, desenvolvendo o(a): inteligência emocional interpessoal; trabalho em equipe; cultura colaborativa.

Competências sociais – relacionadas à participação ativa na sociedade, buscando intervir de maneira crítica e responsável, desenvolvendo a: responsabilidade socioambiental e sustentabilidade; ética, diversidade e interculturalismo; cultura digital; cultura comunitária e cidadania;

internacionalização.

Competências profissionais – relacionadas ao exercício profissional, desenvolvendo o(a): empreendedorismo, visão de negócio e de mercado; criatividade e inovação; liderança; solução de problemas e tomada de decisões; uso eficaz e responsável das tecnologias; administração e gestão de projetos; visão sistêmica e global.

**Figura 1.** Competências definidas pelas Diretrizes Curriculares Gerais para os cursos de Graduação da Unochapecó.



Fonte: Unochapecó, 2021.

A figura 1 sintetiza as competências do egresso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Unochapecó de forma convergente entre as diretrizes nacionais e as institucionais de uma Universidade Comunitária, atenta ao compromisso com a formação de sujeitos autônomos e responsáveis para a sociedade que atuarão profissionalmente.

### 3.3 CURRÍCULO

Matriz curricular.

Sem	Componentes Curriculares	CARGA HORÁRIA				
		Ensino		Extensão	Estágio	TOTAL
		Presença I	EaD			
1º	TECNOLOGIAS, IMAGINÁRIOS E ESTÉTICAS	60				60
	PENSAMENTO CRIATIVO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	60				60

	MARKETING	80				80
	ABEX I: FUNDAMENTOS E MERCADOS DA COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	80				80
	INTERPRETAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO		40			40
	GESTÃO DE PROJETOS		40			40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>280</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>360</b>
2º	CONTEXTOS CULTURAIS, HISTÓRICOS E SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	80				80
	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: FUNDAMENTOS DE LINGUAGEM VISUAL E ESCRITA CRIATIVA	80				80
	MÍDIAS E PONTOS DE CONTATO	80				80
	ABEX II: PESQUISA E INTELIGÊNCIA DE MERCADO	60		20		80
	PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E CRIATIVIDADE		40			40
	INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E LIDERANÇA		40			40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>300</b>	<b>80</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>400</b>
3º	ESTUDOS CLÁSSICOS DA COMUNICAÇÃO	80				80
	FERRAMENTAS DIGITAIS	60				60
	ABEX III: PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	60		20		80
	FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	72		8		80
	DIREITOS HUMANOS E CIDADANIA		40			40
	TECNOLOGIAS E CULTURA DIGITAL		40			40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>272</b>	<b>80</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>380</b>
4º	ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS DA COMUNICAÇÃO	60				60
	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: MÍDIAS DIGITAIS	80				80
	MARKETING DIGITAL	80				80
	ABEX IV: GESTÃO E MÉTRICAS EM COMUNICAÇÃO DIGITAL	60		20		80
	RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL		40			40
	EMPREENDEDORISMO, CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO		40			40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>280</b>	<b>80</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>380</b>
5º	SOCIEDADE, CULTURA E CONSUMO	40				40
	EXPERIÊNCIAS E PRÁTICAS DE CONSUMO	40				40
	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL	60				60
	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO SONORO	60				60
	GESTÃO DE MARCAS	80				80
	ABEX V: COMUNICAÇÃO OMNICHANNEL	64		16		80
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>344</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>360</b>
6º	METODOLOGIAS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO SOCIAL	40				40
	PUBLICIDADE E MERCADO DE TRABALHO	52		8		60
	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: PRODUÇÕES TRANSMIDIÁTICAS	48		12		60
	ANÁLISE E GESTÃO DE DADOS EM COMUNICAÇÃO	60				60
	ABEX VI: BRAND EXPERIENCE	62		18		80
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>262</b>	<b>0</b>	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>300</b>

7º	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I	80				80
	EVENTOS	60		20		80
	ATUALIDADES EM MARKETING E GESTÃO PUBLICITÁRIA	60				60
	ELETIVA I	40				40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>240</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>260</b>
8º	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II	80				80
	ESTÁGIO	20			60	80
	INOVAÇÃO E TENDÊNCIAS EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA	52		8		60
	ELETIVA II	40				40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>192</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>60</b>	<b>260</b>
	ATIVIDADES CURRICULARES COMPLEMENTARES	150		150		300
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>2320</b>	<b>320</b>	<b>300</b>	<b>60</b>	<b>3000</b>

### 3.3.1 Estágio curricular supervisionado

De acordo com a Lei dos Estágios e Regulamento Geral de Estágios da Unochapecó, o estágio é ato educativo supervisionado, desenvolvido em situações reais no ambiente de trabalho, que visa, através do aprendizado de habilidades e competências próprias da atividade profissional, a preparação dos alunos para o desenvolvimento de sua vida profissional, social, cultural e cidadã.

Corroborando, seus objetivos perpassam por:

- Possibilitar ao aluno estagiário a compreensão da unidade dos conhecimentos científicos, filosóficos e técnicos aprendidos e/ou trabalhados no curso e na prática profissional;
- Inserir o aluno estagiário no campo profissional, desenvolvendo habilidades e competências, produzindo novos saberes, contribuindo, com uma prática criativa e inovadora, para o encaminhamento de soluções aos problemas percebidos;
- Oportunizar aos alunos estagiários elementos da realidade social tomada como objeto de reflexão e intervenção, aprofundando o conhecimento da interação da área de atuação com questões de âmbito macrossocial;
- Proporcionar ao aluno estagiário a vivência de princípios ético-políticos presentes na interação social e na conduta ética profissional, necessários ao exercício profissional.

A introdução dos estágios como atividade é vista positivamente pelo Curso e pelos alunos, pois permite que o mesmo vivencie, através de experiências, o que lhe foi exposto em teoria, não somente na área técnica, como também nas áreas de gestão e relacionamento interpessoal. Objetiva-se também, neste contexto, que o discente aplique o raciocínio lógico, a criatividade e senso

crítico, instigados no mesmo durante toda a graduação, para solucionar novos problemas enfrentados, bem como saiba aplicar os conceitos discutidos em novos processos ou equipamentos.

Desta forma, o curso de Publicidade e Propaganda proporciona aos alunos as duas modalidades de estágio: não obrigatório e obrigatório. A atual DCN informa o caráter facultativo para a oferta do estágio curricular, devido a dificuldade dos Cursos Superiores em Publicidade, principalmente localizados nos grandes centros, em inserir seus estudantes nesta prática com o mercado profissional, tendo em vista que se trata de um curto período, sem a obrigatoriedade de remuneração, mas com uma carga burocrática grande a ser respeitada devido a legislação do estágio exigir.

Entretanto, o Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó ao longo dos anos percebeu que o componente de Estágio possui um viés bastante estratégico aos estudantes, mesmo aos que já estão inseridos profissionalmente. Para estes, o estágio obrigatório possibilita estabelecer práticas com outros mercados e conhecer cenários da comunicação diferentes da região de Chapecó, por exemplo são os convênios realizados com empresas de Porto Alegre, Florianópolis, Curitiba, São Paulo, entre outras cidades. Aos que ingressaram no mercado recentemente ou desejavam ter outras experiências, o componente curricular abre o diálogo para práticas com empresas do segmento de comunicação não concorrentes diretamente com aquele que atua, e em muitos casos há uma migração de área ou novas contratações. E, por fim, aos estudantes que no decorrer do curso não estabeleceram vínculo com agências de publicidade, produtoras audiovisuais ou de eventos, estúdios de criação e veículos de comunicação, o componente de Estágio se torna o último recurso de experiência enquanto discente, pois está ofertado no oitavo e último semestre.

O estágio não obrigatório, por sua vez, deve estar ligado à área de formação e constitui-se em atividade complementar à formação profissional, social e cultural do aluno, realizado por sua livre escolha, sendo que carga horária será definida de forma compatível com as atividades pedagógicas do curso, sem comprometê-las. O desenvolvimento deste estágio é muito importante para a formação profissional dos alunos, pois, propicia maior tempo de interação entre a universidade e os espaços de atuação, enriquecendo assim o processo de aprendizagem e formação dos egressos.

As disposições específicas relacionadas aos estágios encontram-se detalhadas no manual do curso.

### **3.3.2 Trabalho de Conclusão de Curso**

O Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) consiste em uma atividade acadêmica caracterizada pela produção de um estudo sobre tema relacionado a uma área de conhecimento e linha de pesquisa que permeia o curso, obedecendo ao rigor científico inerente à ciência e ao modo

específico de fazer pesquisa no curso. Pauta-se, também, nos objetivos, princípios e diretrizes da Política de Pesquisa da Unochapecó e na normatização específica do curso.

Este é um momento de síntese do aluno no processo de produção de seus conhecimentos, materializado no desenvolvimento de uma proposta que demonstre o domínio para atuação na área da Comunicação Social e seu alcance epistemológico. O Trabalho de Conclusão de Curso poderá ser de natureza básica ou aplicada, à escolha do aluno e suas pretensões em termos de formação, mas sempre alinhados às linhas de pesquisa do corpo docente.

O TCC será elaborado a partir de componente curricular específico, com carga horária de 80 horas em duas ocorrências, nos quais são desenvolvidos projeto de pesquisa (I) e relatório da pesquisa (II). Além disso, o TCC é regido por regulamento institucional, pelo plano de ensino-aprendizagem quando da oferta do componente e pelo manual de TCC do curso, que orienta requisitos básicos, tutoriais, critérios de avaliação, linhas de pesquisa do curso e interesses de pesquisa dos professores orientadores, formatações e formatos específicos de apresentação dos resultados. O manual é produzido e atualizado pelo colegiado de curso.

Visando garantir a difusão do conhecimento, a Unochapecó adotou como prática a disponibilização dos trabalhos de conclusão de curso, via digital, em seu repositório próprio estando acessíveis pela internet.

### **3.3.3 Atividades complementares**

Os objetivos gerais das Atividades Curriculares Complementares (ACCs) perpassam pela flexibilização do currículo obrigatório, aproximação do aluno à realidade social e profissional, incentivo ao aprofundamento temático e interdisciplinar e promoção da integração entre a Universidade e a sociedade, em Ensino, Pesquisa e Extensão. A carga horária a ser integralizada em Atividades Curriculares Complementares no Curso é de 300 horas em atividades, que precisam ser submetidas pelo aluno à validação da Diretoria de Ensino, onde se encontram todos os PPCs da Unochapecó.

De acordo com o regulamento institucional, as atividades curriculares complementares deverão ser realizadas nas modalidades formação geral e formação específica, sendo, formação geral aquela desenvolvida em áreas afins à formação humana, profissional e cidadã do aluno e, formação específica, aquela que atenda às competências, aos objetivos do curso de graduação, bem como do perfil do egresso, explicitados no Projeto Pedagógico do Curso de origem do aluno. Além disso, pelo menos metade das atividades realizadas pelo aluno deverão ser de Extensão (mínimo de 150 horas).

São atividades passíveis de aproveitamento como ACCs: projetos e programas de extensão (intervenções que envolvam diretamente as comunidades externas, como ministrar cursos e oficinas,



prestação de serviços ou voluntariado, programas e projetos de extensão vinculados à Unochapecó); atividades práticas (monitoria; estágios não obrigatórios; empresa júnior; atividades ou eventos; de empreendedorismo e/ou inovação; viagem de estudos; visitas técnicas realizadas fora dos componentes curriculares obrigatórios); eventos (com relação ao perfil descrito no PPC ou ao perfil esperado pela Unochapecó; ouvinte de bancas de trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses; organização de eventos); atividades de pesquisa (participação de projeto de iniciação científica; apresentação de trabalhos em eventos científicos; publicação de resumo simples ou resumo expandido; publicações de artigo científico com e sem apresentação oral; publicação de capítulo de livro); ensino-aprendizagem (curso de aperfeiçoamento ou curso livre realizado por instituição credenciada, presencial ou a distância, incluindo curso de idioma; componente curricular cursado em curso superior diferente do curso de origem; componente eletivo indicado no PPC do curso, realizado além do mínimo exigido pelo currículo; atividades em grupo ou colegiadas (grupos de estudos da Unochapecó; colegiados da Unochapecó ou órgãos de representação estudantil; grupos artístico-culturais e esportivos credenciados ou regularmente constituídos e vinculados à Unochapecó, como teatro, coral, dança, atletismo, jogos em equipe, etc.

Ainda, são consideradas as atividades de serviço voluntário e/ou comunitário (prestado em órgãos públicos ou entidades sem fins lucrativos, que tenham relação com o perfil do egresso do PPC ou com o perfil geral indicado pela "Política e Diretrizes para o Ensino de Graduação da Unochapecó" vigente); atividades de internacionalização: acadêmicas ou profissionais desenvolvidas em outros países realizadas durante o período do curso de graduação, também em programas de intercâmbio; Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência - PIBID e Residência Pedagógica (somente para os casos que não forem aproveitados no Estágio Obrigatório); e demais atividades que, não previstas nos itens acima, tenham relação, de forma geral, com o perfil do egresso esperado pela "Política e Diretrizes para o Ensino de Graduação da Unochapecó" vigente ou, de forma específica, com o PPC do curso, a partir de parecer da Coordenação do curso.

Visando oportunizar que o aluno realize parte dessas atividades dentro da Unochapecó, com maior custo benefício, o curso oferece atividades de eventos (como semanas acadêmicas, aulas magnas, entre outros) e cursos livres, além do projeto curricularizado (Comunicação Publicitária, Propaganda e Sociedade) e do Programa de Extensão da Escola de Comunicação e Criatividade, os quais o aluno pode participar de forma voluntária ou como contrapartida de bolsas, como é o caso do Uniedu.

O acompanhamento da realização das ACC cabe à coordenação, especialmente no que se refere à motivação pela procura de realização destas atividades. A abrangência compreende as competências de formação geral e de formação específica, garantidas as atividades de extensão com a devida validação. O regulamento na íntegra encontra-se anexo a este PPC.

### 3.4 METODOLOGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM ADOTADAS NO CURSO

O processo de ensino-aprendizagem deverá ser conduzido na intenção de permitir a constante construção do conhecimento e, especialmente, pela aprendizagem baseada em experiências (pessoais, interpessoais, sociais, profissionais e específicas) desenvolvidas nos diferentes componentes curriculares ao longo da formação, por meio de metodologias ativas que propiciem o protagonismo do aluno. As metodologias de ensino-aprendizagem objetivam o desenvolvimento das habilidades e competências definidas pelas DCNs em acordo com as diretrizes e políticas da Unochapecó para Ensino, Pesquisa e Extensão.

O trabalho metodológico tem por finalidade possibilitar a formação de um profissional cidadão, com autonomia intelectual, espírito investigativo e sensibilidade social, com domínio de conhecimentos técnico-científicos e habilidades para o trabalho coletivo e interdisciplinar, requisitos que integram a capacidade para a superação de questões e problemáticas que se colocam cotidianamente em seu espaço de atuação profissional e de sua vida.

Da mesma forma que a construção da matriz curricular, os planos de ensino-aprendizagem buscam unificar e tornar concisa toda a discussão levantada durante o planejamento deste PPC. Os planos de ensino-aprendizagem são instrumentos de planejamento que sistematizam e articulam ementas, metodologias, processo avaliativo, resultados de aprendizagem. Ao explicitar este conjunto de informações, os planos ganham um caráter de contratualismo coletivo em que papéis e responsabilidades são definidos mutuamente entre professor, aluno e projeto pedagógico do curso.

A concepção metodológica do curso de Publicidade e Propaganda considera o coeficiente entre as diretrizes da Política de Ensino de Graduação da Unochapecó e a formação específica da área da Comunicação Social, indicada pelas DCNs. Este coeficiente considera a realidade como grande materialidade para aplicação da ciência já produzida sobre as diferentes temáticas deste campo do conhecimento. Sendo o campo da comunicação multifacetado e interfaceado com diversas outras áreas, neste sentido, a "experiência" é a grande questão que se coloca em todos os suas apresentações, quando se absorve o que o aluno traz de sua vida particular e do seu repertório e, nas atividades didático-pedagógicas das diferentes unidades curriculares, se ressignificam estas experiências à luz da ciência e novos conhecimentos sejam produzidos de forma significativa. Assim, a relação teoria-prática se dá de forma dinâmica, mesmo em componentes curriculares em que a prática técnica seja mais ausente. O curso de Publicidade e Propaganda não considera uma dicotomia evidente ou relevante entre "teoria X prática", de forma que a teoria científica é vazia sem aplicação prática e, esta por sua vez, não tem sentido sem a iluminação das teorias científicas.

Além disso, cabe ressaltar a preocupação com formação atitudinal, de forma que a convivência, o respeito às diferenças e às diversidades em prol de práticas é recorrente. Ou seja, frequentemente atividades em dupla ou em grupo devem proporcionar novas experiências, inclusive e especialmente sobre as competências interpessoais. Ainda nesta linha, os professores

frequentemente colocam como elemento avaliativo a questão da participação, ou seja, o envolvimento e intervenção dos alunos nas mais diferentes formas de aula. Valoriza-se a colocação do aluno no uso da oralidade em debates, seminários, demonstrando a argumentação, tão preciosa no meio publicitário.

No que se refere ao acompanhamento, as reuniões de NDE e de Colegiado privilegiam discutir o andamento das turmas, as atividades previstas e realizadas, as dificuldades e possíveis conflitos, eventos e atividades integradas. Sobre este último tema, o curso de Publicidade e Propaganda foi inovador em 2007 ao implementar o que se chama de Aula Integrada. Esta consiste em atividades pedagógicas diferenciadas que envolvem diversos componentes do mesmo semestre com foco na interdisciplinaridade e multidisciplinaridade, de forma que, na experiência, se produzam conhecimentos trabalhados naquele semestre. Estas aulas tendem a ser aos sábados e agendar o semestre todos, em seus alunos e professores. Eventualmente, aulas integradas são realizadas no curso como um todo, promovendo a interação entre diversas turmas, com grupos formados que misturam diferentes alcances do currículo.

Em anexo a este PPC, são apresentadas as experiências exitosas produzidas ao longo dos componentes curriculares, nas mais diferentes atividades didático-pedagógicas.

#### 4 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

A responsabilidade institucional com o desenvolvimento regional, a preocupação com as pessoas, o foco na produção e difusão do conhecimento, sempre constituído pelo balizamento do avanço da ciência e a tecnologia faz com que a Unochapecó oriente-se, desde suas origens, por políticas voltadas à consolidação de um paradigma comprometido com o desenvolvimento social da região.

O Projeto Pedagógico Institucional (PPI) é o instrumento embaixador das práticas acadêmicas na Unochapecó e faz parte do Plano de Desenvolvimento Institucional, no qual estão previstas as diretrizes para a gestão acadêmica, em busca de novos caminhos frente aos desafios da educação superior no século XXI, bem como, o conjunto de políticas estabelecidas de forma integradora para o desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão, e a partir deste documento também a apropriação de ações que promovem a inovação.

As estratégias de ensino e de aprendizagem estão voltadas para a reflexão da prática social, ou seja, para a ação-reflexão-ação. Trata-se de atentar para a formação acadêmica organizada a partir do diálogo necessário entre o conteúdo e a realidade social, em articulação com as políticas de ensino, extensão e pesquisa da instituição, como forma de ampliação dos cenários e situações de aprendizagem.

O ensino no âmbito do curso está pautado nas disposições e referenciais orientadores que estruturam a Política de Ensino da Graduação, a Política de Pesquisa e a Política de Extensão da Unochapecó, que se constituem na base epistemológica, didático-pedagógica, metodológica e política da formação acadêmica institucional.

A atividade de pesquisa no âmbito da Unochapecó está sob a égide do preceito de consolidação da produção de conhecimento através da iniciação científica e da inovação à pesquisa avançada, almejando a formação de recursos humanos com excelência acadêmica e profissional e a consolidação de programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, tendo suas diretrizes estabelecidas pela Política de Pesquisa.

No que se refere às diretrizes da extensão, estas estão estabelecidas na Política de Extensão, que é resultado de um processo de discussão interna balizado pelo diálogo nacional estabelecido, que reafirmou e reconheceu a extensão como parte indispensável do pensar e fazer universitário. A extensão é entendida no âmbito da proposta de formação acadêmica da Unochapecó como princípio educativo, pois se configura como uma estratégia de aprendizagem que perpassa pelo processo de ensino, produção e socialização do conhecimento, com suas nuances e interfaces.

Assim, as atividades de pesquisa e de extensão, além de curricularizadas, são oportunizadas a partir do interesse de cada aluno enquanto participação voluntária e/ou como bolsista de iniciação científica e/ou de extensão, a partir de editais internos e externos à instituição, tais como, CNPq,

Capes, FAPEX, artigos 170 e 171 da Constituição do Estado de Santa Catarina, FAPESC, Escritório de Projetos da Unochapecó, iniciativa privada, entre outros.

A oferta de cursos de graduação possibilita atender às demandas de desenvolvimento regional, identificando expectativas e necessidades concretas no sentido de reforçar a visão institucional em ser referência como universidade comunitária, democrática, inovadora, empreendedora e internacionalizada, reconhecida pela sua qualidade acadêmica no âmbito do ensino, da pesquisa e da extensão, produzindo soluções transformadoras com a sociedade. Nesse contexto, a qualidade acadêmica da Unochapecó precisa ser constantemente potencializada para que continue representando um diferencial, especialmente pelo cuidado com a aula universitária e a formação professor.

#### **4.1 POLÍTICA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO**

Para delinear pressupostos orientadores à elaboração de propostas pedagógicas e do processo de organização curricular e do ensino e aprendizagem acadêmica, a instituição definiu, através da Política de Ensino de Graduação, um conjunto de princípios que deverão fundamentar as ações relacionadas ao ensino na Unochapecó, sendo eles:

- Formação generalista, humana, crítica, ética e cidadã;
- Estímulo ao pensamento crítico e criativo;
- Vínculo dos conteúdos trabalhados em aula com a realidade do exercício profissional no contexto político, econômico, social, cultural e ambiental da sociedade nos âmbitos regional, nacional e internacional;
- Aprofundamento das bases do conhecimento que embasam a profissão segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais;
- Consonância aos avanços científicos, tecnológicos e sociais de sua área;
- Ensino articulado com a pesquisa e extensão;
- Interdisciplinaridade;
- Pluralismo de ideias;
- Diversidade e inclusão.

Para explicitar os parâmetros e fundamentar as especificidades das áreas do conhecimento, campo do saber ou profissão, buscando desenvolver de maneira diferenciada nos alunos a capacidade intelectual e profissional necessária à formação dos valores, habilidades e competências, a Unochapecó também definiu um conjunto de diretrizes para o ensino de graduação, sendo estas:

- Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPCs) fundamentados nas diretrizes curriculares nacionais e demais ordenamentos institucionais;
- Cursos estruturados e implantados em consonância com os indicadores externos de

qualidade e os processos de avaliação;

- Perfil docente fundamentado nas diretrizes curriculares nacionais e indicadores externos;
- Docentes e discentes acompanhados por serviços de apoio psicopedagógico;
- Compromisso com o acesso, acessibilidade, a inclusão, a permanência e o acompanhamento profissional dos alunos na universidade;
- Inovação e flexibilidade na estrutura curricular;
- Interdisciplinaridade e sustentabilidade dos cursos por meio de compartilhamento de componentes curriculares;
- Implementação de novas metodologias didático-pedagógicas cada vez mais ativas;
- Relacionamento da universidade com os egressos;
- Formação e capacitação para a docência na educação superior;
- Avaliação da aprendizagem alinhada com os objetivos dos PPCs, as DCNs e com os índices de avaliação externos;
- Apropriação do método científico por meio da iniciação científica;
- Fortalecimento de relações acadêmicas da Universidade com demais IES nacionais e internacionais;
- Fomento à internacionalização nos âmbitos de ensino, pesquisa e extensão na Universidade nos currículos de graduação;
- Curricularização da extensão;
- Participação dos agentes do processo de ensino-aprendizagem nas autoavaliações institucionais.

O curso de Publicidade e Propaganda implementa a política de ensino da Unochapecó de forma a atender plenamente todos os princípios elencados em todos os componentes curriculares e atividades diversas relacionadas às atividades pedagógicas, como eventos, viagens, visitas, etc. Em especial, o desenvolvimento do pensamento crítico e criativo é vetor para evocar as demais diretrizes na forma como os conhecimentos são apresentados, mas refletidos, bem como na área da Economia Criativa, onde a Publicidade e Propaganda está inserida, criatividade é mais do que uma *soft skill*, mas uma característica indispensável para atuação profissional.

Ademais, aplica-se um esforço na implementação da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, de forma que o primeiro tenha dimensões mais contundentes e profundas sobre a experiência universitária. "Experiência" é uma palavra importante para explicitar como as lógicas de ensino são trabalhadas no curso de Publicidade e Propaganda, na forma de atividades, estratégias metodológicas, situações-problema, contato com o mundo fora da sala de aula. Assim, os conhecimentos transformam-se em competências pela aplicação na prática como um prisma para ver e influenciar a realidade. Por fim, nesta lógica experiencial, buscam-se desenvolver atitudes que permitam uma formação plena de sujeitos relevantes e competentes nas suas atividades profissionais futuras.

## 4.2 POLÍTICA DE PESQUISA

As Políticas de Pesquisa e Iniciação Científica da Unochapecó estão fundamentadas na missão institucional e concebem a iniciação científica e a pesquisa como componentes fundamentais do processo de formação, na sua indissociabilidade com o ensino e a extensão.

Em consonância com o PDI, a iniciação científica (enquanto exercício de ciência) e a produção do conhecimento científico, tecnológico e a inovação, devem resultar na formação de recursos humanos altamente qualificados para o exercício profissional e para o desenvolvimento regional, com potencial para a formação continuada na Pós-Graduação *Lato e Stricto sensu*.

A consolidação da iniciação científica e da pesquisa como qualificadores do processo de formação nos cursos de graduação, reflete a implementação de estratégias que fortaleçam a relação com a Pós-Graduação, fomentando a participação dos alunos de graduação em grupos de pesquisa e a inserção de alunos de mestrado e doutorado (por meio de estágios em docência, coorientações, grupos de estudo, pesquisas, entre outras) nas atividades de formação dos cursos de graduação.

O curso de Publicidade e Propaganda, inserido na Escola de Comunicação e Criatividade, compartilha interesses de pesquisa multidisciplinares com os demais cursos de graduação, entendendo que a pesquisa neste meio é multifacetada e, sobretudo, social e aplicada. Assim, os professores participam de grupos de pesquisa e estudos dos quais fazem parte outros professores e discentes dos cursos de Jornalismo, Design, Moda e Audiovisual. O grupo Comunicação e Processos Socioculturais<sup>1</sup>, dentre eles, é o que vem a mais tempo agregando professores pesquisadores e alunos que participam de editais e desenvolvem pesquisas de forma voluntária.

No curso de Publicidade e Propaganda, há uma tendência de pesquisas de natureza básica, como descrito no documento anexo ao PPC, que além de falar da produtividade professor e aluno, apresenta pesquisas de longa e curta duração desenvolvidas nos últimos anos. Os resultados das pesquisas têm sido apresentados em eventos internos (como o SIEPE - Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão) e no Intercom<sup>2</sup> (em suas edições da região Sul e na Nacional). Participar da Intercom é fundamental e elementar para que a circulação da produção encontre lugar comum na integração de diferentes formações acadêmicas da área.

Dos programas de pós-graduação da Unochapecó, os que o curso mais se alinhou nos últimos anos (dada a ausência de PPG mais específico) são de Educação (PPGE) e de Gestão da Tecnologia da Informação (PPGTI). Alguns professores atuantes no curso se qualificaram nestes programas e desenvolveram suas pesquisas na intersecção entre as áreas de origem dos PPGs com as áreas do curso.

<sup>1</sup> Disponível em: <[dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/0239616859167261](http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/0239616859167261)>

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/>>

### 4.3 POLÍTICA DE EXTENSÃO

A Extensão da Unochapecó é assumida como uma política de interação dialógica, devendo ser nutrida pela pesquisa, ensino e, sobretudo, pelas demandas da sociedade, contribuindo com a formação pessoal e profissional do aluno, do professor universitário e da comunidade. A Unochapecó desenvolve suas ações de extensão universitária com base em dois documentos reguladores, aprovados nas instâncias internas colegiadas: a Política de Extensão e o Regulamento de Extensão.

O desenvolvimento das atividades de Extensão na Unochapecó fundamenta-se nos seguintes princípios: interação dialógica, interdisciplinaridade e interprofissionalidade, indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão, impacto na formação do aluno, impacto e transformação social e metodologias avaliativas.

A curricularização da extensão é uma estratégia prevista no Plano Nacional de Educação (PNE) e foi regulamentada pela Resolução nº 7 MEC/CNE/CES, de 18 de dezembro de 2018. A Resolução, entre outras coisas, (1) estabelece que “as atividades de extensão devem compor, no mínimo, 10% (dez por cento) do total da carga horária curricular estudantil dos cursos de graduação, as quais deverão fazer parte da matriz curricular dos cursos”; e (2) instrui o INEP a considerar, para efeitos de autorização e reconhecimento de cursos, (i) o cumprimento dos 10% de carga horária mínima dedicada à extensão, (ii) a articulação entre atividades de extensão, ensino e pesquisa, (iii) os professores responsáveis pela orientação das atividades de extensão nos cursos de graduação.

A partir da curricularização, as atividades de extensão deverão fazer parte da matriz curricular e do histórico dos alunos, constituindo-se em processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico, político e tecnológico que promove a interação transformadora entre a Unochapecó e a sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e pesquisa.

A extensão universitária objetiva a transformação do saber acadêmico em bem público, ou seja, disponível, acessível à comunidade, interligando suas práticas às demandas e necessidades da sociedade, potencializando interfaces, ratificando sua missão e visão de produzir e difundir conhecimentos, contribuindo com o desenvolvimento da comunidade regional a partir da aplicação do conhecimento cientificamente produzido, que caracteriza-se como um modo sistemático de conceituar processos de fenômenos reais/concretos.

Em todos os cursos de graduação da Unochapecó há a oferta de componente curricular fundamentado na ABEx (aprendizagem baseada em experiências), sendo um por semestre (exceto último ano) e fixado na estrutura curricular descrita no PPC. Outros componentes também abordam a extensão em suas dinâmicas. As Atividades Curriculares Complementares - ACC, por sua vez, também incentivam a extensão universitária ao, além de garantir atividades de formação geral e específica, garante que no mínimo metade da carga horária regulamentar seja em atividades de extensão.



O curso de Publicidade e Propaganda tem como projeto de extensão curricularizado o "Comunicação Publicitária, Propaganda e Sociedade", que está ligado ao programa da Escola: "Programa de Extensão da Escola de Comunicação e Criatividade". O projeto curricularizado tem como área temática principal, alinhado ao Programa Nacional de Extensão (PNE) a "Comunicação" e, como áreas temáticas secundárias: "Comunicação", "Cultura" e "Educação". No que tange às linhas de extensão do PNE, o projeto envolve: 6. Comunicação estratégica; 33. Mídias-artes; 34. Mídias; e 37. Patrimônio cultural, histórico, natural e imaterial.

Este projeto, no que se refere aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável<sup>3</sup> (ODS), atende aos seguintes objetivos:

- Objetivo 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
- Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;
- Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;
- Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Resumidamente, o projeto curricularizado visa uma atuação na elaboração, implementação e avaliação de materiais de comunicação, tais como pesquisas de mercado, planejamentos de comunicação e marketing, comunicação digital, gestão de marca, campanhas e materiais publicitários e promocionais para mídias off-line, audiovisuais, produções transmidiáticas, dentre outras possibilidades de atuação da formação profissional, para projetos sociais, de ONGs, comunidades e negócios locais, buscando aplicar os conhecimentos em demandas atendidas por os alunos, professores e bolsista na comunidade em que se inserem.

No currículo da atual matriz curricular, determinados componentes têm a função de desenvolver as ações correlatas ao projeto curricularizado, como aparece descrito no item 3.3.1 (Matriz Curricular). O objetivo geral do projeto curricularizado consiste em desenvolver atividades de comunicação e marketing atendendo às demandas dos problemas de comunicação vindos da comunidade, de forma multi e interdisciplinar, de acordo com o projeto específico proposto na ABEx de cada período do curso. De forma específica, os objetivos envolvem: estabelecer aproximação dos acadêmicos ingressantes com o mercado local e realidades de atuação (ABEx I); aplicar pesquisas que colaborem com a compreensão da realidade da comunidade e sociedade em que estão inseridos (ABEx II); planejar e desenvolver soluções para demandas reais, concretas e tangíveis para

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>

problemas de comunicação apresentados por projetos sociais, ONGs, comunidades e negócios locais (ABEx III); analisar e gerir atividades de comunicação através da vivência da extensão universitária e da atuação em projetos que aproximem acadêmicos da realidade local, impactando-a positivamente (ABEx IV).

O desenvolvimento das atividades de extensão vinculadas aos componentes de ABEx justificam-se na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, na medida em que possibilitam a atuação de professores e alunos em projetos e ações comunitárias sociais, culturais, esportivas, de promoção à saúde, assistência social, entre tantas outras possibilidades. Atender a tais demandas reafirma o papel da universidade como comunitária, aproximando realidades e contribuindo com a formação de sujeitos críticos-cidadãos. A inserção na comunidade se dá na articulação do Ensino, Pesquisa e Extensão, a partir da aplicação de conhecimentos abordados em sala de aula no desenvolvimento ações de comunicação ou de soluções de diferentes formas, que promovam as práticas extensionistas dos alunos para as demandas apresentadas pela comunidade. Busca-se de forma primordial atender a necessidades de ONGs, entidades beneficentes, escolas de ensino fundamental e médio, cooperativas locais e pequenos negócios, buscando um impacto na formação ética-cidadã dos alunos de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, a partir da reflexão constante entre o conhecimento e a atuação profissional.

#### **4.4 POLÍTICA DE ATENDIMENTO E RELACIONAMENTO**

Além da política institucional de atendimento e relacionamento, no que se refere aos alunos o curso de Publicidade e Propaganda adota ações, posturas e canais de comunicação visando estreitar as relações com os alunos e suas demandas, acolhendo-os com empatia e procurando resolver suas necessidades e manter um relacionamento positivo.

A coordenação de curso adota canais de comunicação diversificados e específicos para que o aluno possa se sentir acolhido e atendido da melhor forma que optar, a saber: e-mail da coordenação ([publicidade@unochapeco.edu.br](mailto:publicidade@unochapeco.edu.br)), telefone fixo que também é WhatsApp comercial (49-33218152), redes sociais como Facebook (<https://www.facebook.com/publicidadeunochapeco/>) e Instagram (@ppunochapeco). As redes Facebook e Instagram têm conteúdo publicado diariamente, trazendo informações relevantes aos alunos, bem como editoriais que, de forma irreverente, trazem conhecimento sobre o mercado, a história e a cultura da Publicidade e Propaganda. De forma orgânica, o público aluno atual (e também o egresso) do curso mantém-se em contato com pautas relevantes e pode estabelecer contato por estas mídias se optar.

No caso do WhatsApp, a partir de 2021, o curso passou a explorar de forma profissional este canal de forma a estabelecer contato com o público acadêmico de forma prática, rápida e instantânea. Em especial devido à Pandemia do Covid-19, se mostrou importante este canal, que deu mais

acolhimento, personalização e suporte às demandas dos alunos. Adicionalmente, criou-se um grupo que envolve o curso como um todo na forma de Mural de Recados, no qual os administradores (coordenação e mais alguns docentes do NDE) podem compartilhar informações importantes, em especial sobre empregabilidade. Esta última pauta tem no curso uma referência importante quando o mercado de trabalho necessita de profissionais de comunicação e marketing, sob a forma de contratação efetiva e campos de estágio remunerado. Assim, sempre que possível são postadas oportunidades de encaminhamento profissional, dentre outras pautas recorrentes.

O email é o canal de comunicação que atende pela função mais oficial, recebendo demandas acadêmicas que variam desde aproveitamento de estudos até orientações de matrícula específicas. Sob a plataforma Google, nele está associado à Agenda oficial do curso, de onde o curso se ancora para suas atividades institucionais, mas em especial para agendamento de atendimentos ao vivo com alunos, seja de forma presencial, seja por videoconferência (via Google Meet). Fora o agendamento para atendimento, a coordenação fica à disposição para atendimento não programado ao menos duas noites (pelo fato do curso ser noturno) e nas tardes para eventualidades que surjam entre os alunos.

#### **4.5 POLÍTICA DE INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE**

O atendimento psicológico e pedagógico é realizado no âmbito da instituição pelo Núcleo de Apoio Psicológico e Pedagógico Institucional (NAPI), que oferece auxílio multiprofissional aos alunos com necessidades educacionais especiais, orientação e suporte aos alunos, coordenadores e docentes dos cursos da instituição. A Unochapecó oferece aos alunos, através do NAPI, diversos serviços e projetos para atender as necessidades destes no decorrer do seu processo de formação acadêmica, especialmente aqueles que revelam dificuldades no processo de ensino e/ou de aprendizagem, de forma permanente ou temporária.

Complementando a estrutura de atendimento aos alunos, destaca-se o trabalho desenvolvido pela Divisão de Acessibilidade (DA), que promove a inclusão e acessibilidade de pessoas com deficiências (com Transtornos Globais do Desenvolvimento (TGD)/Transtorno do Espectro Autista (TEA), com Altas Habilidades/Superdotação, com limitações no aproveitamento educacional referentes à leitura, ao cálculo, ao uso das tecnologias, e com transtornos funcionais específicos, e diversidades socioculturais). Também, oferece Atendimento Educacional Especializado (AEE) aos alunos, de acordo com suas necessidades, sejam elas permanentes ou transitórias. Ainda, viabiliza a acessibilidade arquitetônica, nas comunicações, pedagógica, digital, e atitudinal, na Instituição. Embasada pela Política de Educação Inclusiva, que tem por finalidade apoiar alunos, professores, e técnicos administrativos no que tange à acessibilidade e à inclusão, no âmbito da Unochapecó.

#### 4.6 POLÍTICA DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A internacionalização do ensino superior é um tema que tem tido muita relevância no cenário acadêmico nos últimos anos, não somente pelos critérios de exigência dos órgãos governamentais mas, principalmente, pelo processo acelerado da globalização. Os processos de internacionalização impulsionam a educação superior e a pesquisa, na perspectiva de que se tornem também globais. Assim, fica evidente a necessidade de inovação nas instituições de ensino superior, em relação ao ensino, pesquisa e extensão, em prol de sua qualidade de ensino, como também para abrir novos caminhos e possibilidades para sua projeção internacional. Essa nova sociedade acadêmica globalizada, passa a valorizar experiências internacionais, conhecimento em outros idiomas, capacidade de se relacionar com pessoas de diferentes culturas, aulas mais abertas e interculturais, pesquisas colaborativas com pesquisadores de diferentes partes do mundo, com o intuito de encontrar soluções para problemas globais e assim ajudar a humanidade, e principalmente um currículo que tenha como objetivo a formação do cidadão global. E para aquisição dessas habilidades e/ou competências as universidades desde seu início promovem e estimulam a mobilidade acadêmica internacional entre alunos e professores, na busca e troca de conhecimento e enriquecimento cultural.

A Unochapecó implementa as atividades de internacionalização de modo permanente inseridas regularmente no contexto das atividades acadêmicas. A Assessoria de Relações Nacionais e Internacionais da Unochapecó (ARNI) está vinculada à Pró-Reitoria de Graduação e tem por objetivo apoiar e subsidiar a implementação de acordos de cooperação técnica, científica e cultural, viabilizando o intercâmbio e a mobilidade de alunos de graduação e pós-graduação, professores e técnicos-administrativos da Unochapecó. Além disso, acolhe os beneficiários nacionais e/ou estrangeiros de acordos interinstitucionais, assessoria na aprovação e viabilização do recebimento de pessoal brasileiro e/ou estrangeiro visitante e na saída de pessoal da Unochapecó para atividades institucionais e supervisiona as ações voltadas à mobilidade acadêmica, intercâmbio e relacionamento interinstitucional, primando pelo desempenho das funções de representação e relacionamento no país e no exterior.

A Unochapecó apresenta uma série de ações de internacionalização articuladas com diversos convênios interinstitucionais firmados e ativos, com extensa mobilidade acadêmica, apresentando pesquisas e projetos conjuntos, assim como, publicações internacionais. Assim, a universidade encontra-se engajada em um consistente processo de internacionalização com atividades que envolvem, entre outras ações, aprimoramento de currículos acadêmicos alinhados às necessidades globais, inserção de atividades acadêmicas em idiomas estrangeiros, e processos de incentivo para a buscar parcerias de pesquisa e de ensino no exterior.

Os programas e as ações de internacionalização da instituição observam as determinações propostas pelas agências governamentais como a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de

Nível Superior (CAPES) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). A Unochapecó conta com uma Política de Internacionalização com o objetivo de implementar a internacionalização da Unochapecó em prol da qualidade do ensino, pesquisa e extensão, bem como do fortalecimento da imagem e inserção institucional no cenário acadêmico-científico internacional.

Nesse contexto, os alunos do curso podem fazer mobilidade acadêmica se tiverem condições pessoais, bem como o curso está preparado para receber e desenvolver atividades de cooperação. Os alunos que possam fazer mobilidade acadêmica têm seus estudos aproveitados a partir das experiências acadêmicas desenvolvidas em outra instituição de ensino superior nacional ou internacional.