

**AREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA (BACHARELADO)**

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

# 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. Renovação de Credenciamento pelo Decreto Estadual n.º 659 de 25 de setembro de 2007.

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.

#### **Local:**

Chapecó

#### **Endereço:**

Rua Anjo da Guarda, 295-D, Bairro Efapi, Chapecó

#### **Mantenedora:**

Fundação Universitária do Desenvolvimento do Oeste (Fundeste)

#### **Área:**

Ciências Sociais Aplicadas

#### **Curso:**

Curso De Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda (Bacharelado)

#### **Dirigentes:**

**Reitor:** Prof. Claudio Alcides Jacoski

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

**Pró-Reitor de Pesquisa, Extensão, Inovação e Pós-Graduação:** Prof. Leonel Piovezana

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

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

**Coordenador de Curso:** Prof. Jacira Souza Medronha

## 2 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO

### 2.1 IDENTIFICAÇÃO

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

**Formação:** Bacharelado

**Modalidade:** Presencial

**Regime:** Semestral

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

**Número de vagas anuais:** 55 vagas

**Turno:** Noturno

**Carga horária:** 2.700 horas

**Período de Integralização:** 4 anos

## **2.2 OBJETIVOS DO CURSO**

### **2.2.1 Objetivos Gerais**

O curso de Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda tem um caráter multidisciplinar voltado para sociedade e para a formação de bacharéis aptos a planejar, organizar, executar e avaliar serviços de comunicação social em instituições ou organizações privadas, públicas ou comunitárias, visando a inserção ampla da sociedade nos processos de transformação econômico-cultural, pela democratização dos meios de informação e comunicação social.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Habilitar profissionais para o exercício da profissão de Publicitário, de acordo com a Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, e no Decreto n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966;
- Oportunizar uma formação multidisciplinar teórica, técnica e artística, habilitando o profissional a conhecer e utilizar as novas tecnologias, capacitando a compreender os processos da Publicidade e Propaganda;
- Orientar e propor caminhos para o estudante executar trabalhos de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- Contribuir com a melhoria da comunicação social, e da propaganda praticada na região oeste de Santa Catarina;
- Fornecer aprimoramento profissional dos recursos humanos e técnicos, atuantes nos meios de comunicação da região, através de atividades de extensão;
- Fomentar e criar grupos de pesquisa, com a participação docente e discente, visando à construção de conhecimentos necessários à atualização permanente do curso;
- Preparar o profissional para atuar como empreendedor, gerando seu próprio universo de trabalho.

## **2.3 PERFIL DO EGRESSO**

A Unochapecó, por meio de uma atuação democrática, humanista e interativa com o estudante, busca potencializar a formação teórica, crítica, técnica e profissional, considerando os diferentes campos da Comunicação Social e, especificamente, os da Publicidade e Propaganda. O estudante, egresso, do curso de Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, deverá apresentar o seguinte perfil:

- Capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- Habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo, com respeito à diversidade social;
- Visão abrangente e, ao mesmo tempo, especializada do campo de trabalho;
- Competência para compreender, de um ponto de vista ético-político, o exercício de poder da comunicação social;
- Capacidade de adaptação às transformações tecnológicas, demonstrando comportamento inovador e empreendedor.

#### Perfil do Egresso - Específico

- Domínio de conceitos, técnicas e instrumentos necessários para propor e executar soluções no campo da publicidade, da propaganda e da comunicação mercadológica;
- Capacidade de compreender os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos e traduzi-los em procedimentos de comunicação apropriados ao campo profissional e à sociedade.
- Ter conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos voltados para a proposição e execução de soluções de comunicação para atingir os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e outros objetivos institucionais relacionados à Comunicação Mercadológica, tanto no âmbito global como regional e local;
- Atuar como empreendedor e gestor nos negócios e atividades de comunicação mercadológica e publicitária;
- Ser capaz de realizar trabalhos em grupo, tendo noção coletiva da atuação em atividades junto ao mercado.

#### Competências profissionais e habilidades gerais

- Assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias e usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
- Posicionar-se de modo ético-político;
- Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
- Experimentar e inovar no uso destas linguagens;
- Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
- Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

#### Competências e habilidades específicas

- Diagnosticar problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes e propor soluções;
- Realizar pesquisas na área da comunicação;
- Definir objetivos e estratégias de comunicação;
- Conceber medidores de avaliação e correção de resultados;
- Executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de publicidade e propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- Dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing;
- Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.
- Empreender as atividades publicitárias reconhecidas em leis e normas vigentes relacionadas ao exercício profissional do publicitário, incluindo as normas específicas locais e regionais;
- Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades, utilizando a criatividade como instrumento para a busca de soluções de problemas comunicacionais;

- Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda, repercutindo-os sobre sua prática profissional.

## **2.4 AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM**

Cabe a cada professor escolher as estratégias de ensino-aprendizagem mais adequadas aos conteúdos a serem desenvolvidos, tendo como horizonte as políticas institucionais, assim como, buscar fazer com que suas estratégias de ensino-aprendizagem e de avaliação sejam, por si só, formas de desenvolvimento de competências dos alunos.

Para tanto, o que se requer dos professores é: foco nos objetivos do curso e no perfil desejado do egresso e nas competências relacionadas; foco nos objetivos da disciplina; visão sistêmica (capacidade de ver a importância de sua disciplina, no conjunto das disciplinas do curso e a importância destas para os objetivos do curso e para realização do perfil desejado do egresso); trabalho em equipe e liderança (da classe) pela competência e pelo exemplo; atratividade das aulas com foco na otimização do aprendizado dos alunos, ou seja, na autoria docente e protagonismo estudantil.

O processo de avaliação dos estudantes pauta-se nos preceitos dispostos nas Normas e Procedimentos Acadêmicos da Unochapecó. A avaliação do desempenho acadêmico no curso será efetuada por componente curricular, tendo como parâmetro critérios de assiduidade e aproveitamento que consiste no desenvolvimento de estudos e nos avanços cognitivos obtidos pelo estudante no decorrer do curso. Outro princípio norteador da avaliação dos estudantes perpassará pelo desenvolvimento das formas de pensamento político, social, cultural e científico, este último vinculado à compreensão dos modos de fazer ciência.

Os procedimentos e conceitos/notas de avaliação estão regulamentados institucionalmente no documento supracitado e a principal ferramenta para organização destes consiste no Plano de Ensino, entendido como um instrumento de planejamento e comunicação da instituição entre o docente e o estudante, elaborado de acordo com o Projeto Pedagógico do curso, atendendo à concepção previamente definida.



## **2.5 ATIVIDADES COMPLEMENTARES**

Os objetivos gerais das atividades curriculares complementares perpassam pela flexibilização do currículo obrigatório com o escopo de aproximar o estudante da realidade social e profissional proporcionando-lhe a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar, promovendo a integração entre a Universidade e a sociedade, através da participação em atividades que almejem à formação profissional e para a cidadania.

De forma a complementar sua formação, o acadêmico de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unochapecó pode desenvolver uma série de atividades relacionadas à área de atuação desta graduação, como programa/projetos de extensão, iniciação científica institucional, monitorias, estágios não obrigatórios, participação na empresa júnior, participação em cursos de atualização, minicursos, seminários, oficinas, congressos, semanas acadêmicas, colegiados da Unochapecó, representação estudantil, grupos artístico-culturais credenciados ou regularmente constituídos e viagens de estudos, bem como organização de eventos. A carga horária necessária para integralização deste componente é de 200 horas, minimamente em duas modalidades, executadas durante o período de graduação.

## **2.6 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

O Trabalho de Conclusão do Curso 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 de iniciação no curso. Pautando-se também, nos objetivos, princípios e diretrizes da política de pesquisa da instituição e na normatização específica do curso.

Caracteriza-se, portanto, pela produção de um projeto ou atividade similar relacionada a uma linha de estudo do curso, configurando-se como um processo acadêmico estratégico e diferenciado de formação científica e profissional.

A efetivação do processo de iniciação científica e produção de conhecimento no Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda perpassa pelo desenvolvimento de atividades de estudo, de apreensão e compreensão do modo de fazer ciência através de práticas de investigação, sistematização e análise de dados. Neste sentido, além de componentes curriculares específicos, como Trabalho de Conclusão de Curso I e II, Metodologia da Pesquisa em Comunicação e Teorias da Comunicação I e II, o desenvolvimento da postura investigativa, do processo de apropriação do método científico e produção do conhecimento ocorre através da imersão dos estudantes nos Grupos de Pesquisa específicos do Curso e dos demais Cursos de Graduação da Área de Ciências Sociais Aplicadas.

Deste modo, o Trabalho de Conclusão de Curso tem como escopo precípua incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo, desenvolver epistemicamente o entendimento do homem e do meio em que vive pelo viés da ciência, ou seja, de processos sistemáticos de compreensão e construção conceitual acerca dos fenômenos empíricos.

O Trabalho de Conclusão de Curso consiste no desenvolvimento de projeto de cunho científico iniciado no 7º período através do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso I para ser finalizada no período seguinte, em Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual o estudante pode dirigir seu estudo para pesquisa básica ou aplicada. Os projetos de natureza experimental (aplicados) caracterizam-se pela produção de um estudo, projeto, produto, técnica ou atividade similar relacionada, configurando-se como um processo acadêmico

estratégico e diferenciado para a formação científica e profissional, por se tratar de pesquisa para atender problemas reais de clientes, e não fictícios. Enquanto, a pesquisa básica terá em sua incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da criação e difusão da cultura e, desse modo, desenvolver epistemicamente o entendimento do homem e do meio em que vive pelo viés da ciência, ou seja, de processos sistemáticos de compreensão e construção conceitual acerca dos fenômenos empíricos.

Desta forma, os Trabalhos de Conclusão de Curso serão divididos em duas etapas baseadas no desenvolvimento de um projeto completo e seu aprofundamento teórico ou propositivo, sendo avaliado através da apresentação escrita e oral, conforme seu Regulamento.

## **2.7 ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

De acordo com a Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008 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 estudantes para o desenvolvimento de sua vida profissional, social, cultural e cidadã.

Corroborando seus objetivos perpassam por:

- Possibilitar ao estudante-estagiário a compreensão da unidade dos conhecimentos científicos, filosóficos e técnicos aprendidos e/ou trabalhados no curso e na prática profissional;
- Inserir o estudante-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 estudantes-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 estudante-estagiário a vivência de princípios ético-políticos presentes na interação social e na conduta ética profissional, necessários ao exercício profissional.

### **Estágios Obrigatórios e Não Obrigatórios**

A introdução dos estágios como atividade é vista positivamente pelo Curso e pelos acadêmicos, pois permite que o aluno 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.

O intuito deste componente curricular é também proporcionar um treinamento prático ao futuro profissional, proporcionando uma visão do mercado de trabalho e a integração deste com a sociedade e o contexto socioeconômico atual.

Desta forma, o Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda proporciona aos acadêmicos, as modalidades de Estágio Não Obrigatório, a partir do primeiro período, sendo que carga horária será definida de forma a não prejudicar seus estudos, porém não excedendo o que estabelece o Ministério do Trabalho. Os estudantes também possuem a possibilidade em realizar atividade voluntária na Agência de Comunicação Integrada, na forma de ACC e, sobretudo, a qualificação para concorrer em vagas para estágio remunerado.

O Estágio Obrigatório, por sua vez, é o componente curricular compreendido na matriz curricular do Curso, o qual o universitário-estagiário deverá obrigatoriamente realizar para integralizá-la, sendo somente disponibilizado no oitavo período e possuindo uma carga horária de 60 horas. A avaliação deste componente será realizada através projeto e relatório analisados pelo professor do componente em específico.

As disposições relacionadas aos estágios encontram-se detalhadas no Regulamento de Estágios Curriculares do Curso de Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda.

## Matriz Curricular

Per	Nº	Componente Curricular	Cred	C/H	Pré-Requisitos
1	1	Introdução à Publicidade e Propaganda	3	60	
1	2	Leitura e Produção de Textos	2	40	
1	3	Criatividade e Inovação	3	60	
1	4	Marketing	4	80	
1	5	Estética da Comunicação Social	4	80	
<b>Subtotal</b>			<b>16</b>	<b>320</b>	
2	6	História da Publicidade e Propaganda	4	80	
2	7	Teorias da Comunicação I	4	80	
2	8	Fotografia	4	80	
2	9	Atendimento Publicitário	4	80	
<b>Subtotal</b>			<b>16</b>	<b>320</b>	
3	10	Comportamento do Consumidor	4	80	
3	11	Redação Publicitária I	4	80	
3	12	Fotografia Publicitária	4	80	
3	13	Teorias da Comunicação II	4	80	7 - Teorias Com. I
<b>Subtotal</b>			<b>16</b>	<b>320</b>	
4	14	Pesquisa de Mercado	3	60	
4	15	Redação Publicitária II	4	80	11 - Red. Publ. I
4	16	Mídia	3	60	
4	17	Expressão Gráfica em Direção de Arte	4	80	
4	18	Direitos Humanos e Cidadania	2	40	
<b>Subtotal</b>			<b>16</b>	<b>320</b>	
5	19	Promoção de Eventos	4	80	
5	20	Planejamento de Comunicação	3	60	
5	21	Produção para Mídias Visuais	3	60	
5	22	Marketing Digital	3	60	
5	23	Publicidade e Mercado de Trabalho	3	60	
<b>Subtotal</b>			<b>16</b>	<b>320</b>	

6	24	Redação Publicitária III	3	60	11 - Red. Publ. I
6	25	Branding	4	80	
6	26	Promoção de Vendas e Merchandising	4	80	
6	27	Metodologia da Pesquisa em Comunicação	2	40	
6	28	Estratégias Avançadas em Marketing e Comunicação	3	60	
<b>Subtotal</b>			<b>16</b>	<b>320</b>	
7	29	Empreendedorismo	2	40	
7	30	Gestão de Mídias Digitais	3	60	
7	31	Produção para Mídias Sonoras	3	60	
7	32	Produção Audiovisual Publicitária	4	80	
7	33	Trabalho de Conclusão de Curso I	2	40	1700h Concluídas – cor-requisito 34
7	34	Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso I	1	20	1700h Concluídas – cor-requisito 33
<b>Subtotal</b>			<b>15</b>	<b>300</b>	
8	35	Comunicação na Indústria Criativa	2	40	
8	36	Componente Curricular Eletivo	2	40	
8	37	Trabalho de Conclusão de Curso II	2	40	1700h Concluídas – Cor-requisito 38
8	38	Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso I	1	20	1700h Concluídas - Cor-requisito 37
8	39	Estágio	5	100	1700h Concluídas
8	40	Responsabilidade Socioambiental	2	40	
<b>Subtotal</b>			<b>14</b>	<b>280</b>	
<b>Subtotal Geral</b>			<b>125</b>	<b>2500</b>	
<b>Atividades Curriculares Complementares</b>			<b>10</b>	<b>200</b>	
<b>Total</b>			<b>135</b>	<b>2700</b>	