

## **Ementas - 1ª série**

### **ATIVIDADES COMPLEMENTARES I (125 h/a)**

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação de eventos diversos. As atividades complementares possibilitam ao aluno formação com as seguintes ênfases: Publicidade e Propaganda - ênfase em Criação e Produção ou em Marketing e Estratégia de Comunicação.

### **DESIGN E DIREÇÃO DE ARTE (68 h/a)**

Histórico e definição de Design. Conceituação de direção de arte. O papel do diretor de arte. Técnicas de composição visual/planejamento visual. Rough e leiaute. A interação imagem-texto. Tipologia. O "desktop design" (programas de computador úteis para a direção de arte).

### **ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE (68 h/a)**

Fenômenos estéticos. Interpretações estéticas de indústria cultural. Estética das artes visuais. Figuras e comunicação de massa. Estética do audiovisual, principalmente nas mídias digitais e eletrônicas. A interpretação sociológica da arte. Arte como expressão social no momento histórico. Tendências da arte contemporânea. Perspectivas da arte brasileira. As "Escolas" e suas técnicas relacionadas aos ramos da comunicação. Utilização dos conceitos da arte e suas obras na comunicação.

### **FOTOGRAFIA (68 h/a)**

Conceitos de fotografia. A fotografia como linguagem. A argumentação na imagem fotográfica. Fotografia como documento da realidade. História da fotografia no Brasil e no mundo. Composição e ponto de vista. Funcionamento e especificidade das câmeras fotográficas. Tipos de objetivas. Filmes fotográficos. Filtros, correções e efeitos. Enquadramento, planos e ângulos. Revelação e ampliação em P/B. Fotografia e cores. Fotografia e sistemas de impressão. Equipamentos complementares. Novas tecnologias em fotografia.

### **LÍNGUA PORTUGUESA I (136 h/a)**

Estratégias de leitura: operações metacognitivas regulares para abordar o texto. Habilidades lingüísticas características do bom leitor. Produção de textos a partir de gêneros específicos com metacognição. Confeção de textos com objetivos e público-alvo definidos. Revisão gramatical.

### **MARKETING ESTRATÉGICO (68 h/a)**

Levantamento de dados e estudos de medidas que possam determinar a estratégia e tática mercadológica de produtos/serviços/marcas. Estratégia de produto, de preço, de promoção, de ponto de venda (distribuição) e de público para mercado de bens de consumo e para mercado industrial. Estratégias de marcas. Organização da estrutura mercadológica.

### **METODOLOGIA DA PESQUISA APLICADA À COMUNICAÇÃO (68 h/a)**

Estudo do conhecimento científico e sua evolução histórica. Noções e conceito de pesquisa. Formas de transmissão do conhecimento adquirido. Natureza dos métodos científicos. Roteiro metodológico da pesquisa bibliográfica. Normas de referência. Técnicas especiais de pesquisa aplicada à comunicação social. Elaboração de projeto de iniciação científica.

### **PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO (68 h/a)**

Redação e edição da mensagem em publicidade e propaganda para radiodifusão. Técnicas de gravação e mixagem. Operações em estúdio. Jingle, spot, vinheta, texto institucional, trilha sonora. Execução de trabalhos de propaganda em veículos eletrônicos como solução para problemas

comunicacionais. Domínio da linguagem dos veículos, técnicas de criação e produção. Competências estéticas e técnicas para avaliação de peças publicitárias e contratação de serviços de fornecedores e produtores especializados.

#### **PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO (68 h/a)**

Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de Psicologia suscetíveis de aplicação no campo da Comunicação. A psicologia do senso comum e a psicologia científica. Linguagem, Pensamento, Representações Sociais, Consciência, Inconsciente, Atividade e Identidade (processo de individuação) são categorias analíticas e críticas dos processos psicossociais, elaboradas por e construtores do sistema social vigente.

#### **TEORIA E TÉCNICAS DE PUBLICIDADE (68 h/a)**

Conceituação de publicidade e propaganda. A evolução do papel da propaganda (Rev. Industrial e produção em larga escala). A origem da propaganda comercial. A origem das agências de propaganda. Estrutura e departamentos das agências. Funções técnicas dos profissionais de propaganda. Campos de atuação do publicitário. Produtoras e fornecedores especializados.

#### **TEORIA DA COMUNICAÇÃO I (68 h/a)**

Comunicação e Linguagem: conceitos, modalidades, particularidades e funções. Signo e código: conceitos, tipologias e particularidades. Comunicação: conceitos, natureza e diversidade de enfoques, abordagens e manifestações na indústria cultural e cultura popular.

### **Ementas - 2ª série**

#### **ATIVIDADES COMPLEMENTARES II (125 h/a)**

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação de eventos diversos. As atividades complementares possibilitam ao aluno formação com as seguintes ênfases: Publicidade e Propaganda - ênfase em Criação e Produção ou em Marketing e Estratégia de Comunicação.

#### **COMUNICAÇÃO VISUAL (68 h/a)**

O briefing para identidade visual. Etapas de um Programa de Identidade Visual. Elementos para a construção da Identidade Visual, Manual de Identidade Visual, Projeto Executivo da Identidade Visual. A tipologia para Identidade Visual. Sinalização interna e externa.

#### **FILOSOFIA E PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO (68 h/a)**

As contribuições das principais correntes filosóficas clássicas e contemporâneas numa perspectiva histórica. As diferentes abordagens do problema do pensamento humano como fundamentos constitutivos das ciências humanas, em especial aqueles referentes à Comunicação social e suas dimensões.

#### **LÍNGUA PORTUGUESA II (68 h/a)**

O processo sintático da frase: caracterizações, implicações didáticas e discursivas. O parágrafo: estrutura, organização, tipologia e formas de desenvolvimento. As tipologias discursivas: caracterização e organização. Funções e níveis de linguagem como recursos persuasivos. Mecanismos de coesão e coerência. Os implícitos e os subtendidos textuais. Tópicos normativos. Atividades de comunicação.

#### **LINGUAGENS MIDIÁTICAS (68 h/a)**

Estudos dos sistemas de comunicação dos diversos processos sociais de comunicação, visando compreender a linguagem, a circulação e seu inter-relacionamento com a sociedade. Estudar as políticas determinantes do processo de informação e suas diversas formas de controle.

### **PESQUISA DE MERCADO E OPINIÃO PÚBLICA (68 h/a)**

Opinião pública e pesquisa social. Diferenças entre pesquisas de opinião pública. Sistemas de informação de marketing e pesquisa. Etapas de um projeto de pesquisa (qualitativa e quantitativa). Métodos de pesquisa, formulários para coleta de dados, amostragem, tabulação e análise, pesquisas específicas e pesquisa para lançamento de novos produtos e ou serviços.

### **PRODUÇÃO GRÁFICA (68 h/a)**

A impressão e suas implicações. Papel - tipos e aplicações. O vocabulário da produção gráfica. A cor nas artes gráficas. Sistemas de impressão. Arquivo aberto x arquivo fechado. Contratação e acompanhamento de serviços de fornecedores e produtores especializados em artes gráficas.

### **PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM TELEVISÃO (68 h/a)**

Direção e edição de formatos publicitários (comerciais, informes publicitários, vinhetas, teaser, merchandising, vídeos institucionais e corporativos) para TV e cinema. Identificação e aplicação das técnicas básicas de produção de TV e cinema. Utilização de equipamentos, edição de imagem e som. Contratação e acompanhamento de serviços de fornecedores e produtores especializados.

### **REDAÇÃO PUBLICITÁRIA I (68 h/a)**

Estrutura e características do texto publicitário. Apelos publicitários. A rede semântica nos textos publicitários. Estrutura e características do texto publicitário para jornal. Estrutura e características do texto publicitário para revista. Estrutura e características do texto publicitário para mídia exterior/outdoor. Produção de textos publicitários.

### **SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO (68 h/a)**

O processo de comunicação social no contexto mais amplo da cultura. Os mecanismos de controle e mudança social. A sociedade brasileira. As características da tecnologia de comunicação e conhecimento. O exercício e o desenvolvimento da cidadania.

### **TEORIA DA COMUNICAÇÃO II (68 h/a)**

Trajetória do pensamento científico. Contribuições interdisciplinares para a constituição de uma Teoria da Comunicação. As diversas correntes teóricas. Teorias voltadas para a análise de mensagens, inclusive semiologia. Transformações históricas no Processo da comunicação. Novas tecnologias da comunicação, sociedade moderna e comunicação.

## **Ementas - 3ª série**

### **ATIVIDADES COMPLEMENTARES III (125 h/a)**

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação de eventos diversos. As atividades complementares possibilitam ao aluno formação com as seguintes ênfases: Publicidade e Propaganda - ênfase em Criação e Produção ou em Marketing e Estratégia de Comunicação.

### **LÍNGUA PORTUGUESA III (68 h/a)**

Análise e produção de textos publicitários impressos (folder, folhetos, mala direta, catálogo e carta de venda) e eletrônicos (anúncio para TV, rádio e Internet). Processos e estratégias de argumentação e persuasão .

### **REDAÇÃO PUBLICITÁRIA II (68 h/a)**

Estrutura e características do texto publicitário para rádio. Estrutura e características do texto publicitário para TV. Estrutura e características do texto publicitário para internet. Produção de textos publicitários. A interação entre o verbal e o não verbal em propaganda. O slogan.

### **MÍDIA (68 h/a)**

Definições e funções. O profissional de mídia. Classificação dos meios. Características, vantagens e limitações dos meios. Formas de comercialização dos meios. Fatores determinantes na seleção dos veículos para uma campanha. Técnicas de mídia (GRP, Custo por mil, Custo por ponto, Frequência média, Impactos etc). Planejamento de mídia – estratégia e tática.

### **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO (68 h/a)**

Estratégia de Comunicação; Planejamento Estratégico; Planejamento de Campanha; Variáveis Ambientais; Missão, Objetivos e Desafios Empresariais; Administração Orçamentária; Implantação, Controle e Avaliação.

### **COMUNICAÇÃO DE MARKETING PROMOCIONAL (68 h/a)**

Promoção versus Promoção de vendas. O mix promocional. Comunicação multidisciplinar. Marketing de incentivo. Marketing de relacionamento. O ponto de venda. Técnicas de merchandising. Roteiro promocional e plano promocional.

### **COMUNICAÇÃO INTEGRADA (68 h/a)**

Delimitação e conjugação das áreas de atuação específica dos profissionais de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Harmonização de objetivos para atender organizações públicas e privadas, pessoas e jurídicas de caráter público e privado, entidades de classe, instituições do terceiro setor, e seus diferentes públicos. Conceitos de comunicação mercadológica, organizacional, institucional, empresarial e negocial. Processo de mediação na comunicação comunitária: projetos de assessorias, atribuições e trabalho em equipe. Integração de tarefas, fluxo de atividades, normas de conduta, responsabilidade e profissionalismo. Planejamento: delimitação de atividades, divisão do trabalho, cronograma de desenvolvimento e viabilidade técnica e financeira de projetos de comunicação integrada. Execução, acompanhamento e avaliação crítica das atividades desenvolvidas.

### **PROJETOS EM COMUNICAÇÃO (68 h/a)**

Planejamento, execução e avaliação de pesquisas bibliográficas e de campo sobre temas de comunicação e cultura a partir do referencial teórico e metodológico. Método do Trabalho Científico. Métodos e Técnicas de Pesquisa. Enfoque de Pesquisa para Comunicação. Planejamento, Execução e Avaliação de Pesquisa. Metodologia da pesquisa; documentação; coleta de dados; Os trabalhos de conclusão de curso. Normas ABNT e termos técnicos.

### **TEORIA POLÍTICA E HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA (68 h/a)**

As teorias políticas contemporâneas. O Estado moderno e a política. Liberalismo, democracia e socialismo. Crise do Estado e reformas econômicas. A formação política e social brasileira: as constituições brasileiras; o papel do legislativo executivo e judiciário. A dinâmica da política e as campanhas eleitorais.

### **CULTURA E REALIDADE REGIONAL (68 h/a)**

Teorias antropológicas: contribuições teóricas das diferentes escolas. Análise crítica das diversas abordagens da comunicação e da cultura. Estudos dos sistemas culturais como comunicação: sistemas de representações e sistemas simbólicos da realidade brasileira. Aspectos culturais regionais. Influência cultural na realidade regional.

## **Ementas - 4ª série**

### **ATIVIDADES COMPLEMENTARES IV (125 h/a)**

As atividades complementares, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são atividades complementares: atividades de pesquisa e de iniciação científica; oficinas laboratoriais; atividades de ensino e aprendizagem; serviços e/ou atividades da área de comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; seminários, cursos de extensão e de atualização; disciplinas extracurriculares; participação de eventos diversos. As atividades complementares possibilitam ao aluno formação com as seguintes ênfases: Publicidade e Propaganda - ênfase em Criação e Produção ou em Marketing e Estratégia de Comunicação.

### **ATENDIMENTO E TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO (68 h/a)**

Histórico do atendimento em agências no Brasil. Funções do atendimento. O profissional de atendimento. A formulação do briefing. O atendimento pró-ativo. Técnicas de apresentação de campanhas. O uso de recursos auxiliares para apresentação (album seriado, flip chart, retro-projetor e transparências, sistemas multimídia etc).

### **GEOPOLÍTICA E FORMAÇÃO ECONÔMICA DO BRASIL (68 h/a)**

Estudo da causalidade espacial dos fenômenos políticos, considerando as realidades geográficas, as razões políticas, os interesses econômicos e militares. Formação dos blocos econômicos regionais, com ênfase no Mercosul e na posição do Brasil. Formação econômica do Brasil a partir do Estado Novo, abordando o processo de substituição de importações e a inserção do país no processo de globalização.

### **LEGISLAÇÃO APLICADA À COMUNICAÇÃO (68 h/a)**

Direito da Comunicação: Normas e princípios Constitucionais. Direito Penal e os Meios de Comunicação: conceitos e espécies de crimes. Lei da Informação. Dispositivos legais e órgãos institucionais (públicos e privados) de Defesa do Consumidor. As entidades de classe. Leis e normas que disciplinam a profissão e a conduta profissional.

### **LÍNGUA PORTUGUESA IV (68 h/a)**

Argumentação: mecanismos, estratégias, consistência e defeitos. Eficácia e falácias da comunicação. Tematização e figurativização textual: caracterização, formas de encadeamento e de combinação. Tópicos normativos. Atividades de comunicação.

### **PROJETOS EXPERIMENTAIS (270 h/a)**

Produção de projetos de caráter profissional vinculados às habilitação, com estudo aprofundado e aplicação do conhecimento adquirido durante o curso. O Projeto Experimental pode também possuir caráter monográfico, consistindo em pesquisa científica sobre determinado tema de interesse, vinculada à área de Comunicação Social.