

---

# GUIA DE PERCURSO

---

PUBLICIDADE E PROPAGANDA -  
BACHARELADO



unopar

## Sumário

<b>1. APRESENTAÇÃO DO CURSO</b> .....	4
Objetivo do Curso.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Atuação Profissional.....	5
Perfil do Egresso.....	5
Matriz Curricular .....	5
Ementas.....	6
<b>2. ORGANIZAÇÃO DO CURSO</b> .....	9
Atividades disponíveis no AVA.....	9
Estágio Curricular Não Obrigatório .....	10
Atividades Complementares Obrigatórias - ACO .....	10
<b>3. SISTEMA DE AVALIAÇÃO</b> .....	11
<b>4. APOIO AOS ESTUDOS</b> .....	11

**CARO(A) ALUNO(A),**

Seja bem-vindo(a)!

Iniciando a sua trajetória acadêmica, é necessário que você compreenda a organização do seu curso, sua relação com o polo de apoio presencial, assim como os espaços virtuais pelos quais seu estudo e seus compromissos acadêmicos serão cumpridos.

Assim, apresentamos neste Guia de Percurso o funcionamento do curso e suas especificidades. Pela leitura atenta, esperamos que você obtenha dicas importantes para um processo acadêmico de qualidade.

A coordenação.

## 1. APRESENTAÇÃO DO CURSO

O Curso de Publicidade e Propaganda - Bacharelado, na modalidade EaD, é ofertado de forma 100% *On-line*.

Na **oferta 100% *On-line***, você acessa às teleaulas gravadas e demais conteúdos multimidiáticos e materiais didáticos no AVA, nos horários e locais mais convenientes para você. Nessa oferta, você irá ao polo de apoio presencial para realizar a prova presencial. Você terá apoio dos tutores a distância e dos docentes das disciplinas e as interações serão efetivadas pelo sistema de mensagem, Sala do Tutor e no fórum da disciplina.

É importante, neste momento, esclarecer que a modalidade EaD que oferecemos cumpre integralmente a legislação nacional vigente, que propõe a integralização da carga horária obrigatória por meio do uso da tecnologia para a realização de mediações didático-pedagógicas, e de atividades presenciais obrigatórias.

### Objetivo do Curso

O Curso de Publicidade e Propaganda - Bacharelado tem como objetivo formar um profissional generalista e humanista, com senso crítico, apto a agir eticamente, capaz de elaborar estratégias e inovações de publicidade e de propaganda, bem como planejar, criar, produzir, distribuir e gerenciar a comunicação a partir de ações promocionais e campanhas publicitárias, desenvolvendo soluções de comunicação eficazes para os objetivos e estratégias de marketing.

### Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do Curso de Publicidade e Propaganda - Bacharelado são:

- Promover sólida formação do profissional-cidadão a fim de que seja competente e capacitado a ingressar e manter-se no mercado de trabalho, desenvolvendo-se com eficiência e eficácia na área que escolheu atuar;
- Capacitar o aluno a assumir o compromisso de atuar no contexto socioeconômico e político do país, sendo um profissional e cidadão comprometido com os interesses e desafios da sociedade contemporânea e capaz de acompanhar a evolução científica e tecnológica da sua área de atuação, mantendo adequado padrão de ética e responsabilidade profissional, conduta moral e respeito ao ser humano;
- Proporcionar conhecimentos teóricos, práticos e tecnológicos, que permitam ao aluno acompanhar os avanços tecnológicos para o exercício da atividade;
- Apresentar as experiências dos profissionais da área para que o aluno tenha uma visão adequada da realidade mercadológica, sempre atento às constantes mudanças do mercado; e

- Possibilitar ao aluno, a experimentação a partir de conhecimentos teórico-práticos para o exercício da atividade.

## Atuação Profissional

Ao obter o grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, considerando as demandas tradicionais apresentadas pelo mercado de trabalho, os egressos poderão atuar nas seguintes áreas: (1) Comunicação; (2) Marketing; (3) Práticas publicitárias; e (4) Técnicas publicitárias.

## Perfil do Egresso

O curso, por meio do modelo acadêmico, busca que o egresso seja um profissional que, de acordo com as determinações legais, apresente valores, competências e habilidades como:

- elaborar estratégias e inovações na área de Comunicação, visando à melhoria da relação de empresas e instituições com a sociedade;
- planejar, criar, produzir, distribuir e gerenciar a comunicação a partir de ações promocionais, campanhas publicitárias e ações de venda pessoal;
- elaborar artes de embalagens e de identidade corporativa; e
- desenvolver sua criatividade de forma a traduzir em peças publicitárias as transformações do mundo contemporâneo.

## Matriz Curricular

O desenvolvimento do Curso envolve um total de 7 semestres. E, ao concluir o curso, o aluno receberá a certificação de **Bacharel em Publicidade e Propaganda**.

SEMESTRE	DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
1	Estética e história da arte	80
1	Novas tecnologias aplicadas à comunicação	80
1	Planejamento e Inteligência de Marketing	80
1	Responsabilidade Social e Ambiental	80
1	Sociedade Brasileira e Cidadania	80
2	Comunicação Integrada Organizacional	80
2	Criação Publicitária*	80
2	Marketing Digital*	80
2	Produção Gráfica*	80
2	Teorias da Comunicação	80
3	Análise do Discurso	80
3	Comunicação de Marketing em Meios Digitais	80
3	Criação Publicitária para TV, Cinema e Internet*	80

3	Fotografia*	80
3	Redação Publicitária Geral*	80
4	Criação e Produção Publicitária em Rádio*	80
4	Ilustração Digital*	80
4	Metodologia Científica	80
4	Sistemas Brasileiros de Comunicação	80
4	Transmídia e Storytelling na Comunicação	80
5	Design Gráfico*	80
5	Gerenciamento de Marcas	80
5	Optativa**	80
5	Planejamento e Gestão Estratégica	80
5	Produção Publicitária para TV, Cinema e Internet*	80
6	Computação Gráfica*	80
6	Ética e Legislação na Comunicação	80
6	Gestão e Planejamento de Mídia	80
6	Pesquisa em Comunicação e Comportamento do Consumidor*	80
7	Direção de Arte*	80
7	Gestão Mercadológica na Era Digital	80
7	Propaganda Política	80
7	Semiótica Aplicada	80

\*disciplina com prática simulada realizada com apoio virtual

\*\*disciplina optativa

QUADRO DEMONSTRATIVO DE CARGA HORÁRIA	
Atividades Acadêmicas Curriculares	2.640h
Atividades Complementares	80h
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>	<b>2.720h</b>

## Ementas

### 1º Semestre

#### **Estética e história da arte**

A história da arte com foco nas artes visuais. Diferentes estilos e suas implicações estéticas com as formas de comunicação desde a história antiga até a era digital. Características de estilos artísticos e os meios de comunicação.

#### **Novas tecnologias aplicadas à comunicação**

Novas tecnologias em comunicação; Interfaces e interações – novas tecnologias; Atitude e comportamento de consumo e Mídias sociais.

#### **Planejamento e Inteligência de Marketing**

Análise Ambiental e de Mercado. Comportamento do Consumidor. Sistema de Informação de Marketing. Métricas de Marketing.

### **Responsabilidade Social e Ambiental**

Crises Ambiental e Social e o Desenvolvimento Sustentável. Contradições do Desenvolvimento Sustentável e a Abordagem Ecológica e Social. Políticas Socioambientais e a Gestão Corporativa. Alternativas Socioambientais.

### **Sociedade Brasileira e Cidadania**

Ética e política. Cidadania e direitos humanos. Dilemas éticos da sociedade brasileira. Pluralidade e diversidade no século XXI.

## **2º Semestre**

### **Comunicação Integrada Organizacional**

Comunicação administrativa, interna e institucional. Comunicação integrada empresarial. Comunicação mercadológica. Comunicação nas organizações.

### **Criação Publicitária**

Conceitos e definições de Criatividade. Conceitos e definições de Inovação. Criatividade aplicada à propaganda. Criatividade e Inovação Aplicada. Aspectos catalisadores de criatividade. Bloqueios de Criatividade. Gerenciamento de bloqueios criativos. Identificação de inibidores de criatividade. Análise de peças e seus conceitos criativos. Conceitos e definições de insight. Processos criativos. Conceitos e definições de briefing. Etapas do briefing. Modelos de briefing.

### **Marketing Digital**

História e evolução da internet; apropriação das ferramentas digitais pelo marketing e o consumo global; novas tecnologias da comunicação e o marketing digital; projeções para o futuro do marketing digital.

### **Produção Gráfica**

Mercado Gráfico, acabamento, pré-impressão, impressão.

### **Teorias da Comunicação**

Peirce. O paradigma midiológico. Estudos europeus e norte-americanos em comunicação.

## **3º Semestre**

### **Análise do Discurso**

As faces do discurso. Análise ideológica do discurso. Discurso, memória e sujeito. A história da análise de discurso.

### **Comunicação de Marketing em Meios Digitais**

Marketing e Mídias Digitais. Marcas e Consumo Digital. Planejamento de Marketing Digital. Redes Sociais Digitais.

### **Criação Publicitária para TV, Cinema e Internet**

Criação publicitária: Estilos audiovisuais. Criação para internet: Mídias tradicionais e digitais, conteúdos e narrativas. História da TV e cinema, o audiovisual como propaganda nas diversas plataformas.

### **Fotografia**

Produção e iluminação. A fotografia publicitária. Técnicas em fotografia. Equipamentos e operação.

### **Redação Publicitária Geral**

Linguagem publicitária e estratégias do Texto Publicitário. A associação de ideias e palavras na propaganda, texto publicitário e a massa. Redação publicitária: rádio e televisão. Redação publicitária: modelos, diferenciações e texto para internet.

#### **4º Semestre**

### **Criação e Produção Publicitária em Rádio**

Gêneros radiofônicos e suas características. Programas radiofônicos e podcast. Tipos de anúncio. O produto radiofônico como estratégia de conteúdo.

### **Ilustração Digital**

Técnica mista de ilustração (vetor/bitmap). Composição info-iconográfica. Ilustração fineart. Ilustração para estampas e produtos.

### **Metodologia Científica**

Cientificidade do Conhecimento. Tipos de Produção Científica. Projeto de Pesquisa. Normas e Padronização científica.

### **Sistemas Brasileiros de Comunicação**

Comunicação e controle social. Meios de comunicação: público, estatal e privado. Política de comunicação no Brasil. Política pública de comunicação.

### **Transmídia e Storytelling na Comunicação**

Noções do texto e suas qualidades. O texto e o contexto. Tipologia textual. Elementos da narrativa. O percurso narrativo. Conexões narrativas e geração de sentido. Transmediação das linguagens. O storytelling como estratégia de comunicação.

#### **5º Semestre**

### **Design Gráfico**

Alfabetismo visual e representação gráfica. Design Gráfico e Criação. Processos e conceitos: o que é design gráfico.

### **Gerenciamento de Marcas**

Conceituação, construção e avaliação das marcas. Branding. Elementos e estratégias. Fundamentação da marca.

### **Planejamento e Gestão Estratégica**

Estratégia Empresarial. Análise e Diagnóstico do Ambiente e Objetivos Organizacionais. Formulação da Estratégia e Posicionamento. Implementação e Controle do Planejamento Estratégico.

### **Produção Publicitária para TV, Cinema e Internet**

Estrutura de produção. Pré e pós-produção. Produção multiplataforma.

#### **6º Semestre**

### **Computação Gráfica**

Captação de imagem. Desenvolvimento e modelagem. Modificadores. Particularidades do vídeo.



### **Ética e Legislação na Comunicação**

Bases Históricas da ética. Estrutura conceitual de Legislação e Ética da comunicação. Legislação e códigos de ética em comunicação. O profissional de comunicação ante a pesquisa científica.

### **Gestão e Planejamento de Mídia**

Análise quantitativa e qualitativa dos meios. Pesquisa e metodologia em mídias. Mídias Digitais.

### **Pesquisa em Comunicação e Comportamento do Consumidor**

Tipos de pesquisa mercadológica. Métodos de coleta de dados em pesquisa. Etapas do processo de pesquisa. Influências psicológicas no consumo. Aprendizagem do consumidor. Envolvimento do consumidor com a compra. Comportamento de compra online. Processo de decisão de compra.

## **7º Semestre**

### **Direção de Arte**

Construção de conceito e valor. Direção de arte em meios tradicionais. Direção de arte em multimídia e transmídia. Direção de arte e briefing.

### **Gestão Mercadológica na Era Digital**

Análise ambiental e de mercado. Gestão de produto, serviços, marcas e canais de vendas. Gerenciamento de preços. Gerenciamento da comunicação e promoção.

### **Propaganda Política**

A campanha eleitoral. O eleitor. Planejamento em campanha política. Produção Publicitária.

### **Semiótica Aplicada**

Conceito e desenvolvimento das teorias. Principais autores e vertentes. Semiótica aplicada à fotografia. Significado e significante aplicado à publicidade e propaganda.

## **2. ORGANIZAÇÃO DO CURSO**

### **Atividades disponíveis no AVA**

O desenvolvimento das disciplinas ocorre conforme datas e prazos apresentados no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) “Colaborar”, que você pode acessar em [www.colaboraread.com.br](http://www.colaboraread.com.br), com *login* e senha específicos.

Ao acessar as disciplinas no AVA, você terá disponíveis os seguintes conteúdos:

- Teleaulas;
- Web aulas;
- Avaliações virtuais;
- Livro didático digital (LDD) para cada disciplina;
- Materiais de apoio;
- Fórum avaliativo;
- Atividades interdisciplinares (orientação para produção textual).

Sempre que precisar de orientações para a realização das atividades propostas, você deve entrar em contato com o seu tutor a distância.

O conteúdo do livro e das demais referências é fundamental para a realização das atividades programadas, para sua participação e compreensão da teleaula e da web aula, além de ser componente obrigatório das provas presenciais.

A bibliografia do curso pode ser consultada na biblioteca digital e é excelente fonte de pesquisa e suporte para a realização das atividades do seu curso. Seu tutor a distância também poderá orientá-lo sobre o uso do material didático, por meio do Sistema de Mensagens, de maneira direta e individual.

Consulte o detalhamento destas atividades no Manual do Acadêmico disponível no AVA.

### **Estágio Curricular Não Obrigatório**

Você pode optar por realizar o estágio curricular não obrigatório, que tem como objetivo desenvolver atividades extracurriculares que proporcionem o inter-relacionamento dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e sua aplicação na solução de problemas reais da profissão.

Esse estágio pode ser realizado em entidades de direito privado, órgãos de administração pública, instituições de ensino e/ou pesquisa em geral, por meio de um termo de compromisso, desde que traga vivência efetiva de situações reais de trabalho no seu campo profissional, aprofunde os conhecimentos teórico-práticos do seu curso e ofereça o acompanhamento e orientação de um profissional qualificado.

### **Atividades Complementares Obrigatórias - ACO**

As Atividades Complementares Obrigatórias são atividades focadas no desenvolvimento de competências e habilidades importantes para a sua futura atuação profissional. A carga horária total está descrita na matriz curricular, como estudos dirigidos e outras modalidades, a ser cumprida durante a integralização do curso.

#### **Atividades complementares – Estudos Dirigidos (ED)**

Os Estudos Dirigidos (ED) são uma modalidade de ACO, disponibilizada no AVA, criados com o objetivo de incentivar a autoaprendizagem, produzir conhecimentos com a integração de informações acadêmicas e oportunizar uma nova forma de aprender e desenvolver a criatividade. Os EDs possuem materiais didáticos, exercícios e avaliações.

### Atividades complementares – outras modalidades

Alguns exemplos de outras modalidades de ACO são: estágio curricular não obrigatório, visitas técnicas, monitoria acadêmica, programa de iniciação científica, participação em cursos, palestras, conferências e outros eventos acadêmicos.

Não deixe para a última hora: organize-se e vá realizando as atividades, aos poucos, em cada semestre. Assim, elas não irão pesar na sua rotina diária e acrescentarão conhecimento no decorrer de seu percurso educativo.

## 3. SISTEMA DE AVALIAÇÃO

No sistema de Avaliação Continuada, o aluno acumula pontos a cada atividade, prova ou trabalho realizado, sendo a soma da pontuação obtida, por disciplina, convertida em nota.

Cada disciplina possui um nível que determina quais atividades valem pontos e a quantidade total de pontos disponíveis.

As atividades que valem ponto são: prova da disciplina, avaliações virtuais, fórum avaliativo, engajamento AVA e atividades transversais, como produção textual.

Para entender cada uma dessas atividades, quanto vale e os critérios de avaliação, veja os detalhes no Manual da Avaliação Continuada disponível no AVA.

Fique atento. Acesse sempre a linha do tempo, disponível em seu Ambiente Virtual. Com ele, você consegue organizar a sua rotina de estudo se preparando para todas as atividades previstas no curso.

## 4. APOIO AOS ESTUDOS

Para que você organize seus estudos e cumpra os prazos correspondentes, é necessário que você tenha disciplina, responsabilidade e administre seu tempo com eficiência no cumprimento das atividades propostas. Para isso, a leitura dos manuais disponíveis no AVA é essencial:

- **Manual da Avaliação Continuada:** descreve o modelo de avaliação, as atividades previstas por tipo de disciplina, como obter pontuação e os critérios de aprovação.
- **Manual do Acadêmico:** detalha o sistema acadêmico, as atividades a serem realizadas pelo discente, o sistema de avaliação, procedimentos acadêmicos, atendimento ao discente e outros serviços de apoio ao estudante. É o documento que deve nortear sua vida acadêmica, pois contém todas as informações necessárias do ingresso à colação de grau.

Consulte também em seu AVA:

- **Sala de tutor:** espaço no AVA onde são divulgadas orientações gerais pelos tutores a distância.
- **Biblioteca Digital:** disponibiliza diversos materiais que vão desde os livros didáticos das disciplinas até outros conteúdos de estudo, incluindo periódicos científicos, revistas, teleaulas e livros de literatura disponíveis nas diversas bases de dados de Livros Digitais e Periódicos nacionais e internacionais.
- **Biblioteca Virtual:** é uma ferramenta que contempla os mais diversos tipos de materiais virtuais e digitais, como e-books, periódicos, teses, monografias, recursos educacionais abertos, normas e o regulamento da biblioteca.

Esperamos que você tenha conhecido alguns dos aspectos importantes de seu curso. Fique atento e lembre-se de sempre acessar o AVA para contatar seu tutor a distância.

Lembre-se também que você conta com o polo de apoio presencial para que sua vida acadêmica transcorra da melhor maneira possível.

Estamos à sua disposição.

Coordenação do Curso