

Centro de Ciências Humanas e da Comunicação

Curso: 24 Comunicação Social (Noturno)

Currículo: 2001/2

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
1	COM.0001.01-4	Teoria da Comunicação I	4	0
<p>Ementa: Conceituação e objetivo da Comunicação Social. Diferença entre comunicação interindividual e comunicação de massa. Elementos, processos e sistemas de comunicação. Informação, retroalimentação e redundância. Sociedade e cultura de massa. Obstáculos à comunicação.</p> <p>Objetivo: Conhecer a ciência e a arte da comunicação em suas diversas modalidades; Analisar como acontece o processo de comunicação, da emissão da mensagem até a retro-alimentação; Compreender os diferentes processos da comunicação, desde a atividade individual até os grandes sistemas de massa.</p>				
1	COM.0033.00-2	Introdução à Publicidade e Propaganda	2	0
<p>Ementa: Conceitos e definições de Publicidade e Propaganda e sua contextualização na área de marketing. Funções da Publicidade. Mídia: definição e classificação de veículos. História e funções da Publicidade e Propaganda, das agências de publicidade e dos seus profissionais. Público alvo e mercado consumidor. O mercado publicitário, visão mundial e local. A terceirização. As campanhas e os meios de comunicação. As premiações. As novas mídias e a interatividade.</p> <p>Objetivo: Situar o aluno no contexto geral da Comunicação Social, direcionando o entendimento à importância histórica da Publicidade e da Propaganda no Brasil e no mundo. Incentivar à pesquisa e para sua importância no mix da P&P, promover junto ao aluno o conhecimento de P&P como fundamental à sua prática profissional.</p>				
1	EDU.0096.00-4	Metodologia do Trabalho Acadêmico	2	0
<p>Ementa: A estrutura institucional da universidade. A função social da universidade e a formação acadêmica. Conceituação e caracterização do conhecimento científico. Fontes de informação disponíveis (acervos bibliográficos e internet). Estratégias de leitura, fichamento e organização da informação. Conceituação e caracterização da atitude científica. Conceito, tipos e etapas do trabalho acadêmico. Normas e critérios de apresentação de trabalhos acadêmicos segundo a ABNT.</p> <p>Objetivo: Instrumentalizar o acadêmico para torná-lo capaz de realizar trabalhos que demonstrem atitude científica. Caracterizar e contextualizar a função social da Universidade. Caracterizar a atitude científica, partindo da realidade de cada curso. Identificar os diferentes tipos de conhecimento. Produzir, estruturar e comunicar um trabalho acadêmico.</p>				
1	HIS.0053.00-3	Realidade Sócio-Econômica e Política Brasileira	4	0
<p>Ementa: Formação da sociedade brasileira em seus aspectos econômicos e fundamentalmente políticos, com ênfase no período posterior a 1930. Abordagem de aspectos do sistema capitalista e da estrutura de classes no Brasil (processo de industrialização). Avaliação da situação atual e perspectivas futuras.</p> <p>Objetivo:</p>				
1	LET.0046.01-8	Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral I	4	0
<p>Ementa: Leitura e interpretação de textos representativos dos diversos níveis de linguagem. A estrutura do texto descritivo e do texto narrativo. Expressão escrita: esquema, resumo, descrição e narração. Normas do português padrão. Estímulo à expressão oral.</p> <p>Objetivo: Desenvolver textos que expressem seus pensamentos, emoções e opiniões, levando em conta o ordenamento das idéias, a clareza, a objetividade e o domínio do português padrão.</p>				
1	PDE.0006.00-7	Educação Física - Prática Desportiva I	0	2
<p>Ementa: Proporcionar ao aluno o conhecimento de si mesmo e de suas capacidades, possibilitando experiências no domínio cognitivo, afetivo e psicomotor. Praticar atividades relativas à condição física geral e específica. Desenvolver a resistência aeróbica. Praticar atividades para o desenvolvimento da coordenação motora. O aluno poderá escolher a modalidade de sua preferência: ginástica, basquetebol, futebol de salão, futebol suíço, voleibol.</p> <p>Objetivo:</p>				
1	SOC.0027.00-2	Sociologia Geral e da Comunicação	4	0
<p>Ementa: O campo de estudo da Sociedade da Comunicação. Cultura de massa, trabalho e lazer. Produto e consumo culturais. Comunicação de Massa e grupos sociais. Massa, Público e Elite. Efeitos sociais dos meios de Comunicação de Massa. A pesquisa em Sociedade da Comunicação. A indústria cultural.</p> <p>Objetivo: Propiciar os conceitos básicos da sociologia. Propiciar os conceitos básicos das relações sócioantropológicas presentes nos fenômenos da estrutura comunicativa das sociedades humanas.</p>				

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
2	ART.0026.00-1	Música - Optativa	2	0
<p>Ementa: Apreensão dos elementos musicais básicos. Manipulação desses elementos através de exercícios práticos. Discussão cronológica da música mundial. Obras musicais.</p> <p>Objetivo: A música é peça importante na composição de um trabalho publicitário para as mídias eletrônicas, como rádio, televisão, cinema e Internet. Conhecer os elementos de uma composição musical para a sua veiculação publicitária.</p>				
2	COM.0001.02-2	Teoria da Comunicação II	4	0
<p>Ementa: Noções de semiótica e semiologia. Os mitos da cultura de massa. Conceituação e formação de Opinião Pública. Propaganda e persuasão. As novas tecnologias da comunicação. O fenômeno da segmentação.</p> <p>Objetivo: Aprofundar e detalhar a reflexão teórico-prática do fenômeno da comunicação; Permitir que o estudante, através do conhecimento teórico adquirido, possa construir uma leitura crítica sobre o papel do profissional de comunicação. Conceituar signo e significação; Especificar o conceito de informação; Analisar a linguagem do discurso publicitário no processo de produção contemporâneo dos mass-media.</p>				
2	COM.0019.01-9	Fotografia I	0	4
<p>Ementa: Histórico da fotografia. Definição e manejo do material e equipamentos fotográficos. Revelações e ampliações. A prática laboratorial do P&B. Utilização de equipamentos especiais, estudos de fundos, iluminação, estúdio. Prática de estúdio e de externas com equipamentos básicos.</p> <p>Objetivo: Propiciar ao estudante o conhecimento de equipamentos e material de fotografia e sua operacionalização. Debater a importância da fotografia na área. Fornecer oportunidade prática de fotografia.</p>				
2	FIL.0051.00-8	Filosofia e Comunicação	4	0
<p>Ementa: O homem como centro dos estudos filosóficos: da natureza para a cultura. Noções de filosofia e conhecimento humano na história. Principais pensadores e suas idéias. O fenômeno evolutivo da comunicação. A ética e a moral na comunicação. Aspectos da filosofia geral.</p> <p>Objetivo: Possibilitar uma compreensão filosófica do mundo, da história, da natureza, da sociedade, da cultura, da religião e da ciência. Capacitar os educandos para refletirem a sua realidade. Incentivar, nos educandos, o pensar criticamente a comunicação.</p>				
2	LET.0046.02-6	Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral II	4	0
<p>Ementa: O texto dissertativo: definição, estrutura, formas de desenvolvimento. A argumentação. Defeitos de argumentação. Coesão e coerência. O discurso dissertativo de caráter científico e o de caráter publicitário. Produção escrita: o texto dissertativo.</p> <p>Objetivo: Aprimorar a competência comunicativa do educando, a fim de que ele assuma sua própria palavra, produzindo textos dissertativos coerentes, coesos e eficazes.</p>				
2	PDE.0007.00-3	Educação Física - Prática Desportiva II	0	2
<p>Ementa: Objetivo: Proporcionar ao aluno o conhecimento de si mesmo e de suas capacidades, possibilitando experiências no domínio cognitivo, afetivo e psicomotor. Praticar atividades relativas à condição física geral e específica. Desenvolver a resistência aeróbica. Praticar atividades para o desenvolvimento da coordenação motora. O aluno poderá escolher a modalidade de sua preferência: ginástica, basquetebol, futebol de salão, futebol suíço, voleibol.</p> <p>Objetivo:</p>				
2	PSI.0062.01-5	Psicologia em Comunicação I	4	0
<p>Ementa: Psicologia: definição, histórico, áreas de atuação. As principais correntes psicológicas. Comportamento: realidade bio-psico-social do indivíduo, funções mentais. Personalidade: abordagens principais, estrutura do psiquismo humano. Frustração e ansiedade. Processos de adaptação da personalidade: mecanismos de defesa do ego. Processos básicos do comportamento: emoção, percepção, motivação, comunicação.</p> <p>Objetivo: Situar as variáveis psicológicas que interferem na comunicação. Diferenciar os efeitos subjetivos dos vários tipos de persuasão. Compreender a importância e os efeitos do aspecto psicológico no processo de comunicação de massa. Estabelecer conexões com a Psicologia em Comunicação. Situar os recursos psicológicos que estão sendo explorados nas peças publicitárias.</p>				
3	ART.0024.00-7	Artes Plásticas - Optativa	2	0
<p>Ementa: Elementos básicos de História da Arte. Elementos básicos de Estética. Desenho a mão livre, desenho geométrico, desenho técnico. Técnicas de pintura e escultura.</p> <p>Objetivo: O estudo da arte vinculando à publicidade e propaganda, numa incursão mútua.</p>				

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
3	COM.0002.00-3	Comunicação Comparada	4	0
<p>Ementa: Informação e Comunicação: estudos comparativos de modelos, meios e sistemas de comunicação, objetivos, funções, conteúdos e estética. Questões culturais, ideológicas e de controle. Condições de produção, circulação e consumo de mensagens. Análise semiótica de textos publicitários, estabelecendo linhas e distinções entre os multimeios.</p> <p>Objetivo: Verificar e confrontar os vários meios de comunicação de massa; Analisar comparativamente; Os aspectos analisados vão desde as características próprias - técnicas e/ou artísticas - até os aspectos em comum diretos ou indiretamente ligados a eles, como a política, a economia, o social, o religioso, etc.</p>				
3	COM.0005.01-3	Redação Publicitária I	4	0
<p>Ementa: Conceitos básicos: publicidade e propaganda, briefing, informação, formação, redundância em comunicação, criação, recreação, recriação. Relação produto/ consumidor/ público-alvo. Redação de textos publicitários para a mídia impressa como revistas, jornais, folders, outdoors, folhetos, convites e mala direta. Os Slogans, os títulos, as legendas e as informações básicas. A integração publicitária nos meios impressos. Aplicabilidade da criação à produção de textos complementar ou não à imagem. Desinibição, fluência e flexibilidade na produção de textos. Criatividade em redação publicitária. Adequação texto/imagem. Adequação da redação publicitária à especificidade de cada veículo.</p> <p>Objetivo: O conhecimento e aplicação das técnicas básicas da linguagem publicitária para o desenvolvimento de textos publicitários a partir da identificação e qualificação dos diferentes públicos-alvos, como resposta às necessidades de comunicação desses públicos e ser eficaz na produção de textos para anúncios publicitários.</p>				
3	COM.0019.02-7	Fotografia II	0	4
<p>Ementa: Planejamento e execução da foto publicitária: modelos, produtos, reproduções, foto de objeto/produtos (still), iluminação, fundo infinito, slides/cromos, médio e grandes formatos. A construção de cenários enquanto argumento publicitário e expediente de contextualização plástica. Técnicas de montagem fotográfica em publicidade.</p> <p>Objetivo: Propiciar ao estudante o conhecimento de equipamentos e produtos de fotografia publicitária e sua operacionalização. Debater a importância da fotografia no mercado publicitário. Fornecer oportunidade prática de fotografia de estúdio.</p>				
3	COM.0031.00-0	Introdução ao Processo Criativo em Comunicação	4	0
<p>Ementa: O processo criativo na Comunicação, com ênfase na produção publicitária, em todas as mídias. Processo de criação, linguagem publicitária, briefing, brainstorm, elaboração de peças publicitárias.</p> <p>Objetivo: Desenvolver com os alunos métodos, técnicas, macetes, fórmulas e outras possibilidades de facilitar a criação publicitária.</p>				
3	LET.0162.00-0	Libras	4	0
<p>Ementa: A Surdez: Conceitos básicos, causas e prevenções. A evolução da história do surdo. A estrutura linguística da Libras: aspectos estruturais da Libras; LIBRAS: Aplicabilidade e vivência.</p> <p>Objetivo:</p>				
3	PSI.0062.02-3	Psicologia em Comunicação II	4	0
<p>Ementa: Variáveis psicológicas da comunicação. Comunicação e linguagem. Pragmática da comunicação humana. A psicologia dos fenômenos de massa. A psicologia do individual e do coletivo.</p> <p>Objetivo: Situar a Psicologia como um campo de conhecimento necessário para o publicitário. Diferenciar as funções mentais presentes no processo de interação social. Compreender a importância e os efeitos dos processos básicos do comportamento humano. Considerar e diferenciar as variáveis psicológicas que interferem no processo de comunicação. Situar os recursos psicológicos que estão sendo explorados nas peças publicitárias. Estabelecer conexões entre a Psicologia em Comunicação com as outras áreas da Publicidade e propaganda.</p>				
4	ADM.0038.00-3	Administração em Publicidade e Propaganda	2	0
<p>Ementa: Organização, estrutura, sistema e função administrativa. Organização e estrutura da empresa publicitária. Funções administrativas de empresas publicitárias. Administração de veículos de informação/ comunicação. Estrutura e relações de sistemas de fornecedores e distribuidores. Relação anunciante-agência-fornecedor-distribuidor e veículos. Administração financeira em publicidade. Planejamento financeiro, administração de fundos. Planejamento e orçamento publicitário. Controle orçamentário em publicidade.</p> <p>Objetivo: Fornecer "instrumentos" capazes de contribuir para com a melhoria da "habilidade gerencial" dos acadêmicos do curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda.</p>				
4	COM.0003.00-0	Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação	4	0
<p>Ementa: O papel da pesquisa nos processos decisórios da propaganda. Principais empregos da pesquisa. Os agentes de execução. Tipos de pesquisa científica. Importância da pesquisa em comunicação. Pesquisa mercadológica. Estudos comparativos. Pesquisas quantitativas e qualitativas. Técnicas de pesquisa de mercado.</p> <p>Objetivo: Situar o aluno dentro do papel da pesquisa e dentro dos diversos processos da comunicação. Mostrar e incentivar a formação de grupos de trabalho para a realização de pesquisa prática. Preparar o aluno para a correta utilização de dados de pesquisa e seus usos dentro do processo de comunicação.</p>				

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
4	COM.0004.00-8	Realidade Regional em Comunicação	4	0
<p>Ementa: A História: origem e desenvolvimento da Imprensa Escrita, do Rádio, do Cinema, da Televisão e de outros meios de comunicação no Estado. O desenvolvimento do profissionalismo no Tripé: Agências, Veículos e Anunciantes. Atualidades e Perspectivas: os veículos, suas tecnologias e seus segmentos de mercado. As agências, suas estruturas e especializações, tecnologia e profissionalismo. Os anunciantes e suas necessidades de comunicação corporativa, institucional, promocional. Particularidades de hábitos e costumes do consumidor regional. Potencialidade do mercado de trabalho.</p> <p>Objetivo: O mercado regional no campo da comunicação, as empresas existentes, confronto temporal e com outras realidades, a perspectiva regional.</p>				
4	COM.0005.02-1	Redação Publicitária II	4	0
<p>Ementa: A linguagem do rádio. A importância do áudio. Criação de spots e jingles. A colocação e a força das palavras. A música, a trilha e os efeitos de áudio. A criação de campanhas radiofônicas, tema central e suas variantes. Da coleta de informações no cliente à redação do relatório de visitas visando o meio radiofônico. O roteiro radiofônico. Aspectos sociais e psicológicos na mídia em questão. Mudanças de linguagem do rádio através dos tempos. Planejamento, criação e redação de peças no rádio. Adequação da Redação Publicitária à especificidade de cada veículo.</p> <p>Objetivo: Propiciar o conhecimento sobre prática/teoria da produção em rádio: de programas e de publicidade. Adaptar a linguagem do roteiro radiofônico à produção em estúdio. Utilizar ao máximo o estúdio de rádio, possibilitando aos alunos um contato intenso com técnicas e equipamentos de rádio.</p>				
4	COM.0021.00-9	Mídia	4	0
<p>Ementa: Conceitos de mídia e termos utilizados. Estrutura de um departamento de Mídia. Formato das peças. A prática da mídia nos meios impressos e eletrônicos. Fornecedores/veículos. Contexto agência/ veículo, anunciante/fornecedor. Fluxograma das atividades de mídia. GRP. Programação. Custo por mil (custo"1%"). Mídia impressa/ eletrônica/alternativa. Os institutos de pesquisa, processos de acompanhamento e auditoria de audiência. O checking, a clíping e a mídia nas agências. Segmentações e formatações. Recursos indicativos de qualidade da mídia.</p> <p>Objetivo: A importância da Mídia, isto é, os meios de comunicação de massa, no mercado publicitário, incentivando o aluno à pesquisa, ao embasamento fundamental e ao conhecimento de suas segmentações.</p>				
4	COM.0038.00-4	Atendimento em Publicidade e Propaganda	2	0
<p>Ementa: Atendimento ao consumidor (importância mercadológica). O atendimento ao cliente (contas) e relacionamento com o profissional de publicidade e propaganda. Estruturas de atendimento nas agências e nas assessorias. Posicionamento e decisões na área de atendimento. Treinamento do profissional na apresentação de seu trabalho ao cliente. A defesa do produto e o respeito ao cliente. Análise e crítica de características selecionadas de comportamentos de consumo.</p> <p>Objetivo: Preparar o aluno para a fase inicial do profissional de publicidade e propaganda, isto é, seu relacionamento com o cliente.</p>				
5	ADM.0174.00-5	Marketing	4	0
<p>Ementa: O Marketing como atividade-fim. Conceitos básicos. Composto mercadológico (produto-preço-promoção-praça-consumidor). Evolução das atividades da função Marketing. O mercado como elemento-chave para as organizações e a importância da comunicação neste processo.</p> <p>Objetivo: Definir abordagens no planejamento e desenvolvimento do mix de marketing. Identificar, planejar e implementar estratégias de marketing. Explicar a importância da informação para uma empresa e discutir a construção de um modelo de comportamento de consumidor.</p>				
5	ART.0111.00-7	Arte e Cultura Contemporânea	4	0
<p>Ementa: Tendências artísticas contemporâneas e suas relações com o contexto industrial e tecnológico. Cubismo, futurismo, neoplasticismo, surrealismo, dadaísmo e pop art. Função artística e utilitária. Beleza e função. O cartaz. O desenho industrial. A arte dos objetos. O Kitsch e a Bauhaus.</p> <p>Objetivo: Permitir uma leitura crítica dos universos espaciais na arquitetura e no urbanismo. Racionalizar suas existências. Favorecer a fusão dos conteúdos acadêmicos/pedagógicos. Interpretar as metodologias. Situar nosso espaço na História e na Geografia mundial física e demográfico-cultural. Favorecer a desalienação estrutural do arquiteto e urbanista. Instrumental para a produção teórica como ofício inerente à profissão.</p>				
5	COM.0005.03-0	Redação Publicitária III	4	0
<p>Ementa: Argumentos e roteiros para TV. A criação de roteiros para VTs comerciais, promocionais e institucionais. Campanhas para veiculação na televisão, tema central e variantes.</p> <p>Objetivo: Redação de roteiros publicitários. Desenvolver a capacidade de redação dentro dos princípios de criatividade e adequação. Instrumentalizar o aluno para a classificação de textos publicitários a partir das estruturas semânticas e estética do texto. Orientar o aluno para o estudo do texto publicitário e suas diferenças da redação jornalística. As características do texto televisivo.</p>				

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
5	COM.0009.00-4	Produção Publicitária em Rádio	4	0
<p>Ementa: Elementos fundamentais de radiodifusão. Linguagem e estilos radiofônicos. Técnica de produção radiofônica. Produção radiofônica para publicidade. Pré-produção, produção, edição e montagem de programas radiofônicos.</p> <p>Objetivo: Possibilitar o aluno de se familiarizar com os equipamentos e materiais de rádio, seu uso, suas regras, arte e técnica, na produção publicitária, com ênfase à produção de jingles e spots.</p>				
5	COM.0035.00-5	Estratégias em Mídia	4	0
<p>Ementa: O planejamento de mídia. Técnicas de seleção e aquisição de espaço. Função da mídia junto à publicidade e propaganda. A criatividade e otimização na mídia. Sua correlação com as informações do briefing. Cobertura. Frequência média. Simulação ideal e real. Investimentos, negociação e clientes. Distribuição de frequência. Os institutos de pesquisa de mídia. Mídia como referencial de custo na publicidade. Estratégias, tática, planilhas, autorizações, defesas de mídia e tabelas de representação.</p> <p>Objetivo: Demonstrar, com exemplos práticos e teóricos, quais as estratégias usadas na mídia pela publicidade e propaganda, a fim de obter os melhores resultados.</p>				
6	ADM.0175.00-1	Marketing e Comunicação	4	0
<p>Ementa: A importância da postura voltada para o mercado. Teoria do consumidor, pesquisa de mercado, sistema de informações mercadológicas, planejamento das estratégias de produtos/serviços. Relações entre a estratégia da comunicação e o planejamento mercadológico. Noções de promoção de vendas e gerência de produto. As estratégias da comunicação e o planejamento mercadológico. Novos conceitos de negociação e venda. Curva de vida do produto.</p> <p>Objetivo: Entender o processo de marketing para identificar, planejar e implementar as oportunidades de mercado publicitário através de estratégias.</p>				
6	COM.0005.04-8	Redação Publicitária IV	4	0
<p>Ementa: A integração das mídias tradicionais (rádio, TV e impresso) e as novas mídias, como a Internet. A elaboração de textos para peças publicitárias em diferentes meios de comunicação. Análise de uma campanha, com cliente real, veiculada nos vários meios. A simulação de uma campanha, produzindo textos para folhetos (folders), cartazes, banners, rádio, televisão e internet.</p> <p>Objetivo: Redigir textos para peças publicitárias dentro dos princípios de criatividade e adequação técnica/teórica. Deverá ser capaz de desenvolver e produzir campanhas publicitárias utilizando-se das mídias impressas e eletrônica. Diferenciar as características lingüísticas de cada mídia.</p>				
6	COM.0010.01-3	Produção Eletrônica em Publicidade I	4	0
<p>Ementa: A indústria da televisão: noções sobre suas origens e desenvolvimento. Os equipamentos de televisão. Técnicas para captação de imagens: movimentos, ângulos, ritmos. Linguagem de televisão, cinema e vídeo: a codificação audiovisual. Composição cênica. Estruturas dos comerciais. Forma e conteúdo no anúncio publicitário. Arte e técnica na edição de imagem e do som. Análise dos trabalhos realizados. Técnicas de iluminação em estúdio. Teoria e prática na execução de roteiros e story-board: do briefing à pós produção. A produção de comerciais em estúdio televisivo.</p> <p>Objetivo: Possibilitar o aluno de se familiarizar com os equipamentos e materiais de televisão e vídeo, seu uso, suas regras, arte e técnica, na produção publicitária, com ênfase ao trabalho de estúdio.</p>				
6	COM.0028.00-9	Lay-Out e Design	4	0
<p>Ementa: Elementos do código visual gráfico. Comunicação e programação visual. A embalagem. O desenho do objeto. O "lay-out" e a arte-final. A arte do esboço. Composição. Instrumentação. O design na história: indústria e arte.</p> <p>Objetivo: O conhecimento dos elementos de Lay-out e Design para aplicação na arte publicitária.</p>				
6	HIS.0064.00-3	Cultura Brasileira	4	0
<p>Ementa: Identidade do brasileiro. Cultura nacional e cultura regional. Grandes questões da cultura brasileira. Influência de outras culturas na cultura brasileira.</p> <p>Objetivo: Reconhecer o papel da miscigenação e do sincretismo cultural na formação da identidade do brasileiro. Analisar o papel que outras culturas exercem sobre a cultura brasileira.</p>				
7	COM.0010.02-1	Produção Eletrônica em Publicidade II	4	0
<p>Ementa: Fluxogramas de produção. Criação e produção de comerciais para televisão com locações externas. Características de uma campanha para televisão. Técnicas de iluminação em locações externas. Análise dos trabalhos realizados. Teoria e prática na execução de roteiros e story-board: do briefing à pós produção, com captação de imagens em externas.</p> <p>Objetivo: Dominar as características da produção em externa de comerciais para a televisão e os procedimentos básicos para captação de som e imagem e iluminação em locações. Permitir aos alunos de captar imagens externas, edição de som e imagem, pós produção com equipamento analógico e digital (não linear) em laboratório de vídeo.</p>				

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
7	COM.0011.00-2	Planejamento Publicitário	4	0
<p>Ementa: Análise da situação da empresa, produto/serviço e mercado. A proposta inicial e o objetivo final. O plano integrado de comunicação e marketing. Estratégias de criação e de mídia. As contas publicitárias. O planejamento e execução da campanha em publicidade e propaganda.</p> <p>Objetivo: Estudar as etapas para a realização de um planejamento publicitário. Fornecer embasamento de estratégias e conceitos para a elaboração do planejamento publicitário.</p>				
7	COM.0016.00-9	Promoção e Merchandising	4	0
<p>Ementa: Avaliação do composto promocional (Propaganda - Relações Públicas - Promoção de Vendas e Merchandising). Eficácia do composto promocional diante do composto do marketing mix (diferenciação do produto/serviço - marca - embalagem - garantia/serviços - canais de distribuição). Ciclo de vida do produto/serviço x impacto promocional. Planejamento de uma promoção. Importância do ponto de venda. Composto promocional como estratégia mercadológica.</p> <p>Objetivo: Diferenciar os tipos de promoção de vendas, a importância deste instrumento no composto de marketing, além de adaptar cada tipo de público. Discernir onde a promoção está inserida no Plano de Marketing. Ter embasamento teórico e prático sobre como executar uma promoção. Reconhecer a utilização do merchandising como ferramenta de marketing e estímulo de compra.</p>				
7	COM.0029.00-5	Planejamento Gráfico	4	0
<p>Ementa: Elementos de composição gráfica: da tipologia as ilustrações. Medidas gráficas. Técnicas de composição e de impressão e suas implicações. O uso do computador na composição gráfica. Estética aplicada ao material gráfico. Apresentação gráfica na publicidade. Aplicabilidade e praticidade dos aspectos gráficos.</p> <p>Objetivo: Informar os elementos, as técnicas e os processos básicos de representação, produção e reprodução gráficas e de impressão. Orientar o uso adequado das técnicas de planejamento visual e de produção de projetos gráficos. Promover a experimentação das atividades de planejamento visual e de produção gráfica.</p>				
7	MAT.0131.00-8	Estatística	4	0
<p>Ementa: Séries estatísticas. Gráficos estatísticos. Medidas de tendência central. Separatrizes. Medidas de dispersão. Correlação e regressão.</p> <p>Objetivo: O uso da estatística nas pesquisas de campo, de opinião e em todo trabalho de publicidade e propaganda, como na organização, previsão e conclusão deste.</p>				
8	COM.0010.03-0	Produção Eletrônica em Publicidade III	4	0
<p>Ementa: Elaboração de "stories" para publicidade e propaganda institucional. Planejamento e produção de campanhas publicitárias para televisão: produtos, marcas, serviços e serviços de utilidade pública. Realização de documentários promocionais empresariais. Aspectos da publicidade para veiculação na rede Internet.</p> <p>Objetivo: Produção de comerciais para televisão, com ênfase nas campanhas institucionais.</p>				
8	COM.0032.00-6	Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda	12	0
<p>Ementa: Planejamento, pesquisa, criação e veiculação (mídia) no desenvolvimento de um projeto publicitário, com atividades práticas vinculadas à área de propaganda e publicidade, com atividades desenvolvidas na Agência Experimental do curso.</p> <p>Objetivo: Proporcionar ao aluno a oportunidade de desenvolver uma campanha prática com embasamento teórico de planejamento, criação e mídia para um cliente real, visando a implantação da mesma, posteriormente.</p>				
8	COM.0034.00-9	Pesquisa em Comunicação	4	0
<p>Ementa: Aplicação das teorias e métodos de pesquisa na comunicação. Ciência, pesquisa e conhecimento. Concepções epistemológicas. Concepções e tipos de pesquisa. A estrutura da pesquisa. O projeto de pesquisa. Pesquisa quantitativa e qualitativa. Os enfoques teóricos da pesquisa em comunicação. A realização da pesquisa em comunicação.</p> <p>Objetivo: Informar e criar condições necessárias para que o aluno desenvolva aptidões na sua área de atuação profissional futura. Estimular o interesse científico do estudante e indicar condições para o desenvolvimento do raciocínio por meio do debate, da pesquisa e da investigação. Criar senso crítico e atento às inovações.</p>				
8	COM.0037.00-8	Técnicas de Relações Públicas em Publicidade e Propaganda	4	0
<p>Ementa: Técnicas de Relações Públicas no campo da publicidade e propaganda. Diretrizes e técnicas de relacionamento com os diferentes públicos. Análise de situações de Relações Públicas dentro das técnicas de comunicação e planejamento no contexto empresarial. Realização de um evento.</p> <p>Objetivo: Paralelamente ao Atendimento, onde se preocupa com o cliente, aqui a preocupação é com o relacionamento também com os colegas, além de todos os profissionais com qual se está em contato, como, por exemplo, os profissionais da mídia.</p>				

Fase	Turma	Disciplina	Créd. Teóricos	Créd. Práticos
9	COM.0006.00-2	Assessoria de Comunicação	4	0
<p>Ementa: Processo de pesquisa, planejamento e assessoria de comunicação institucional. Problemática de comunicação de diferentes tipos de organizações. Públicos da organização. Estratégias. Questões relacionadas à imagem/marca. Informação institucional entre entidade e público através dos meios de comunicação. O release. Comunicação dirigida escrita. Criação de mensagens institucionais.</p> <p>Objetivo: Capacitar o aluno a desenvolver projetos de comunicação empresarial, bem como prestar assessoramento à organizações, através do conhecimento das áreas envolvidas na comunicação integrada, suas atividades, instrumentos, métodos de pesquisa e planejamento.</p>				
9	COM.0020.00-1	Ética em Publicidade Propaganda	2	0
<p>Ementa: Conceito de ética. A ética de Aristóteles e a ética de Kant. Ética e utilitarismo. Ética da situação. O bem natural e o bem moral. Ética dos meios de comunicação social. Ética da propaganda. Código de ética e ética profissional. O comportamento profissional como comportamento ético. Questões atuais de ética e Publicidade e Propaganda.</p> <p>Objetivo: Promover junto ao aluno, o conhecimento da Ética como suporte de seu desempenho profissional. Incentivar no aluno a prática dos padrões éticos estabelecidos pelo CENP e CONAR.</p>				
9	COM.0024.00-0	Trabalho de Conclusão Curso - TCC	10	0
<p>Ementa: Regulamentação específica de Trabalho de Conclusão de Curso (Resolução nº 140/2001 - CEPE).</p> <p>Objetivo: Desenvolver um trabalho científico visando ao aprofundamento de questões teóricas ou prática, através da escolha de tema relacionado à área de comunicação.</p>				
9	COM.0036.00-1	Design Publicitário para Mídia Interativa	4	0
<p>Ementa: Mídia interativa e novas tecnologias na publicidade. Home-pages e e-letters. Imagem e texto no computador para internet. A tecnologia emergente nos parâmetros do moderno design: linguagem web, html, hipertext, java e outras existentes na rede. Principais softwares para criação na mídia interativa. Desenvolvimento de um roteiro em multimídia.</p> <p>Objetivo: A internet é a protagonista, mas o publicitário não vai se ocupar do trabalho dos programadores. Ele deverá entender para avaliar e sugerir seus resultados finais, como a mais nova ferramenta da publicidade e propaganda.</p>				
9	DIR.0085.00-0	Legislação em Comunicação	2	0
<p>Ementa: Ordenamento jurídico Brasileiro aplicável em matéria de Publicidade e Propaganda: Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor, Legislação de Censura, Direito Autoral, Propriedade Industrial, Licitações. Sindicatos e a defesa dos publicitários em face das relações de empregos. Legislação das Telecomunicações.</p> <p>Objetivo: Compreensão das normas jurídicas que disciplinam o campo da publicidade e propaganda em todos os seus aspectos.</p>				