



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

# **PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**2022**

Atualizado em fevereiro de 2022



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### **DIRETORIA MANTENEDORA**

#### **Conselho de Curadores**

##### **Presidente**

Sra. Celita Procopio de Carvalho

##### **Integrantes**

Dr. Benjamin Augusto Baracchini Bueno  
Dr. Octávio Plínio Botelho do Amaral  
Dr. José Antonio de Seixas Pereira Neto  
Sra. Maria Christina Farah Nassif Fioravanti

#### **Diretoria Executiva**

##### **Diretor-Presidente**

Dr. Antonio Bias Bueno Guillon

## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

#### **Diretor Acadêmico**

Rogério Massaro Suriani

#### **Coordenador do Curso**

Luiz Felipe de Cerqueira e Silva Ponde

#### **Coordenador da Habilitação**

Eric Eroi Messa

#### **NDE**

Eric Eroi Messa  
José Roberto D'Elboux  
Karina Bousso  
Luiz Felipe Cerqueira e Silva Ponde  
Roberto Bertani



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### Sumário

<b>DADOS GERAIS.....</b>	<b>5</b>
<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>1. SITUAÇÃO ATUAL .....</b>	<b>7</b>
1.1 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO .....	7
1.2. HISTÓRICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	10
1.3. AMBIENTE INTERNO.....	11
1.4. MISSÃO.....	12
<b>2. O CURSO.....</b>	<b>13</b>
2.1 ESTRATÉGIAS E CONCEPÇÃO DO CURSO .....	13
2.2 OBJETIVOS.....	15
2.2.1. <i>Objetivos gerais</i> .....	15
2.2.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	15
2.3. PERFIL DESEJADO DO EGRESSO.....	16
<b>3. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO.....</b>	<b>18</b>
3.1. PERFIL DESEJADO DO INGRESSANTE.....	19
3.2. APOIO DISCENTE - ÓRGÃOS DE APOIO À ATIVIDADE ACADÊMICA .....	20
<b>4. MODELO DE GESTÃO.....</b>	<b>22</b>
4.1. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	22
4.2. <i>Avaliação do Curso</i> .....	26
4.2.1 <i>Avaliação do Projeto Pedagógico do Curso</i> .....	26
4.2.2 <i>Avaliação do Ensino da Aprendizagem</i> .....	28
4.3. INTEGRAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA COM A PÓS-GRADUAÇÃO.....	29
4.4. CURSOS DE RECUPERAÇÃO EM JANEIRO E JULHO.....	30
<b>5. REGIME, DURAÇÃO E ESTRUTURA CURRICULAR .....</b>	<b>31</b>
5.1. REGIME E DURAÇÃO DO CURSO .....	31
5.2. CARACTERÍSTICAS GERAIS DA ESTRUTURA CURRICULAR .....	31
5.2.1. <i>Carga Horária Curricular das diferentes Áreas de Formação</i> .....	32
5.2.2. <i>Distribuição Curricular das disciplinas por Áreas de Formação</i> .....	32
5.3. MATRIZ CURRICULAR DO CURSO .....	33
5.3.1. <i>Representação Gráfica da Matriz Curricular</i> .....	38
5.4. EMENTAS / BIBLIOGRAFIAS BÁSICA E COMPLEMENTAR .....	39
5.5. ATIVIDADES COMPLEMENTARES.....	71
5.6. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) .....	72
5.7. ADEQUAÇÃO CURRICULAR .....	72
5.7.1. <i>Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena</i> .....	72
5.7.2. <i>Políticas de educação ambiental (Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002</i> .....	73
5.7.3. <i>Resolução Nº 1, de 30 de maio de 2012, que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos</i> .....	73
5.7.4. <i>Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005, dispõe sobre a inserção de LIBRAS</i> .....	74



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<i>5.7.5. Condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, conforme disposto na CF/88, Art. 205, 206 e 208, na NBR 9050/2004, da ABNT, na Lei N° 10.098/2000, nos Decretos N° 5.296/2004, N° 6.949/2009, N° 7.611/2011 e na Portaria N° 3.284/2003 e Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista, conforme disposto na Lei nº 12.764/2012.....</i>	<i>74</i>
<b>6.METODOLOGIA.....</b>	<b>76</b>
6.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS .....	76
6.2. INTERRELAÇÃO DAS DISCIPLINAS NA CONCEPÇÃO DO CURRÍCULO.....	78
6.3. FLEXIBILIDADE CURRICULAR .....	79
6.4. REVISÃO CURRICULAR.....	80



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### Dados Gerais

<b>Denominação</b>	Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
<b>Modalidade</b>	Presencial
<b>Titulação</b>	Bacharel
<b>Instituição</b>	Centro Universitário Armando Álvares Penteado
<b>Localização</b>	Rua Alagoas 903, Higienópolis, São Paulo, SP
<b>Diretor</b>	Rogério Massaro Suriani
<b>Coordenador do Curso</b>	Luiz Felipe de Cerqueira e Silva Ponde
<b>Coordenador da Habilitação</b>	Eric Eroi Messa
<b>Períodos</b>	Diurno e Noturno
<b>Número de vagas</b>	140 vagas anuais
<b>Regime</b>	Semestral
<b>Tempo de integralização</b>	08 semestres (04 anos) – mínimo 14 semestres (07 anos) - máximo
<b>Disciplinas</b>	83 Disciplinas obrigatórias
<b>Carga Horária</b>	Total da carga horária de disciplinas - 3024 h/a 220 h/a - Atividades Complementares 36 h/a - LIBRAS (Disciplina optativa)



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### **Apresentação**

A Comunicação hoje representa um instrumento que ajuda a interligar os cenários econômicos e sociais pela criação e disseminação de uma cultura que facilite a utilização adequada do conhecimento sobre o mercado nacional e internacional. É a área que gera, põe em relação e dissemina as informações provenientes dos mais diversos setores da sociedade e dos ambientes interno e externo das organizações que visam incentivar e criar atrativos organizacionais de forma ágil, fácil e eficaz.

Ao debruçar-se sobre o mundo contemporâneo, a comunicação faz recortes, cria mundos fictícios, explicita conflitos, aponta contradições, permite a organização das informações e das ideias, em suma, atribui sentido, na maior parte das vezes, apropriado por aqueles que a utilizam como fonte de informação. Por isso, pode-se dizer que a comunicação é uma “máquina de produção de sentido” que, por sua vez, se constitui numa poderosa ferramenta hermenêutica em escala industrial.

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda é pensado como um processo por meio do qual o aluno se constituirá num agente nesta “máquina de produção de sentido”, portanto, será responsável pelo estabelecimento de estruturas de significados e significantes, como no de interpretação contínua destes no que se refere à comunicação organizacional das empresas e seus produtos.

Este PPC possui um sólido vínculo com a missão, os objetivos, a vocação e os princípios do Projeto Pedagógico Institucional e do Plano de Desenvolvimento Institucional do Centro Universitário Armando Álvares Penteado.

Uma de suas características principais é a abertura para revisões que deverão ser sempre compartilhadas por toda comunidade acadêmica que inclui: o Núcleo Docente Estruturante; os Órgãos Colegiados Regimentais; os corpos docente e discente; e, acompanhadas pela Comissão Própria de Avaliação.

Portanto, o curso não é um produto a ser entregue ao final de quatro anos, mas deve ser traduzido como um processo dinâmico e sempre aberto aos avanços tecnológicos e às mudanças da sociedade.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

# **1. SITUAÇÃO ATUAL**

## **1.1 Políticas institucionais no âmbito do curso**

A missão do Centro Universitário é “promover o ensino, a iniciação à pesquisa e a extensão, formando profissionais preparados, com alta capacidade crítica de suas ações e consciência de suas responsabilidades para com as organizações e para com a sociedade, de modo a contribuir para o desenvolvimento econômico e social do país”.

No cumprimento de sua Missão, o Centro Universitário tem procurado cultivar os seguintes valores:

- excelência acadêmica;
- respeito à cidadania e ao comportamento ético e social;

A visão da IES é que ela deverá estar entre as melhores escolas de referência do país. Os profissionais formados estarão aptos a ocupar as mais destacadas posições, em seu campo de formação, no Brasil e no exterior, na qualidade de líderes conhecidos e respeitados no mercado de trabalho e empreendedores altamente qualificados.

O ambiente interno é caracterizado pela integração das diferentes atividades de ensino da Graduação, Pós-Graduação e Extensão. Caracteriza-se, também, pelo relacionamento harmônico da comunidade acadêmica, facilitando a implementação e a execução de modelos administrativos e práticas pedagógicas.

No âmbito do curso, as políticas de ensino, extensão e pós-graduação podem ser explicitadas da seguinte maneira:

- **Política de Ensino**

A conjuntura política, econômica e social da sociedade brasileira exige a formação de profissionais aptos a atuarem na gestão pública de forma eficiente e



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

eficaz e capazes de apoiarem os processos de mudança em curso.

Dessa forma a política de ensino do curso de graduação e dos cursos de pós-graduação *lato sensu*, tem como direcionamento, de acordo com a definição da missão e dos objetivos do Centro Universitário, a:

- formação do profissional inserido na sociedade global;
- formação humanista;
- produção de um ensino de excelência;
- compromisso com as inovações tecnológicas;
- respeito às diversidades sociais, políticas, econômicas, étnicas e religiosas;
- preocupação com a interdisciplinaridade;
- ênfase no pluralismo metodológico;
- desenvolvimento do senso ético de responsabilidade social necessário ao exercício profissional.

### ● Política de Extensão<sup>1</sup>

A Política de Extensão tem por objetivo:

- oferecer à comunidade, e à cidade de São Paulo serviços culturais, artísticos e educacionais;
- firmar parcerias com órgãos públicos, empresas privadas, instituições de ensino e organizações do terceiro setor, que possam ser de interesse da comunidade em geral.

A estratégia utilizada na política de extensão é a participação dos discentes, docentes, pessoal técnico administrativo, nos simpósios, cursos, fóruns, seminários, certificações, palestras, mostras e no projeto FAAP Social sempre objetivando a aproximação da IES com a comunidade em que está inserida.

---

<sup>1</sup> Com a publicação da Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018 e retificada em 18 de fevereiro de 2019, que estabeleceu as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira, o NDE do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda analisou, o normativo legal, e a curricularização da extensão já consta do novo Projeto Pedagógico de Curso





## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Esse trabalho deve "alimentar" projetos, programas e planos de ação do Centro Universitário, e se refletir na Política de Ensino.

### ● Política de Pós-Graduação

A política de Pós-Graduação tem por objetivo:

- integrar as premissas do(s) curso(s) de graduação com os cursos de pós-graduação adotando o sistema de gestão participativa com o coordenador(es) do(s) curso(s) de graduação, para assim atender as necessidades de novos cursos e reformular aspectos e questões dos já existentes;
- envolver o corpo docente do(s) curso(s) de graduação na elaboração dos projetos, como também prestigiá-los(s) na composição do quadro acadêmico e coordenação técnica;
- identificar as necessidades de mercado na área de competência;
- atender as expectativas dos alunos egressos e buscar novos alunos na modalidade Lato Sensu;
- enfatizar o diferencial dos cursos oferecidos pelo Centro Universitário perante os cursos existentes no mercado;
- buscar o "know-how" de outras instituições de ensino e ou pesquisa de origem nacional e ou internacional quando necessário para o desenvolvimento do ensino e aprendizagem.

O alinhamento entre as políticas de ensino, extensão e pós-graduação já existem e pode ser percebido tanto pelos alunos e egressos da Instituição, quanto por docentes que transitam pelos cursos oferecidos.

Neste sentido, as políticas de ensino cuidam da formação teórica e humanística dos alunos presentes nos cursos de graduação sendo complementadas pelas políticas de extensão que aproximam o aluno da comunidade e das empresas, profissionais referências e órgãos públicos da região.

As políticas de Pós-Graduação permitem desenvolver ações de formação continuada, pois os docentes e coordenadores de curso dialogam e transitam pelos



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

diversos ambientes acadêmicos da Instituição de forma a sugerir novos cursos que possam complementar o percurso formativo do aluno.

O Centro Universitário considera que algumas de suas práticas como a aproximação com empresas privadas, instituições de ensino, organizações do terceiro setor, bem como sua forte relação com os egressos são inovadoras e tem gerado bons resultados ao longo destes anos. Isto porque, a aproximação do Centro Universitário com a comunidade dá aos alunos a oportunidade de conhecer o mercado de trabalho e ter contato com profissionais que são referência em seus segmentos.

Outrossim, o relacionamento com os egressos permite fazer a ponte entre os alunos atuais e aqueles que também fizeram a mesma trajetória acadêmica e que podem trazer relatos reais de sua experiência pessoal e profissional. Neste sentido, a Associação dos Antigos Alunos tem um espaço próprio na Instituição, garantindo uma aproximação com o mercado e com os egressos.

### **1.2. Histórico do Curso de Comunicação Social**

A Faculdade de Comunicação e Marketing<sup>2</sup> que iniciou suas atividades em 1967, não de forma autônoma, mas em conjunto com o Centro Universitário de Artes Plásticas, com um currículo de cursos livres e disciplinas ligadas às áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, passou a atuar de forma independente após aprovação do C.F.E.

Foi o desenvolvimento do programa de cada um dos cursos que acabou por evidenciar a distinção entre as áreas de formação a que o Centro Universitário se dedicava, sendo que, foi a especialização que mostrou a necessidade de propor que os cursos fossem geridos por unidades administrativas separadas.

---

<sup>2</sup> No dia 24/08/2018 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria SERES nº 572, de 23 de agosto de 2018 com a aprovação do processo de unificação das mantidas como aditamento ao processo de credenciamento. Por essa Portaria ficam extintas as Instituições de Educação Superior unificadas à Instituição solicitante. A nova denominação da IES após a unificação das mantidas passou a ser "Faculdade Armando Álvares Penteado – FA- FAAP (461). E, em 03 de novembro de 2021 a Faculdade Armando Álvares Penteado, foi credenciada como Centro Universitário"



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Percebe-se, portanto, que a formação do Centro Universitário respondeu prontamente tanto à estruturação de áreas de ensino no país, quanto à demandada do mercado por uma especificação das profissões ligadas às áreas de comunicação e de artes plásticas.

Pelo Parecer nº 913/81, foi dado o voto favorável à aprovação da conversão do curso de Comunicação Social, nos termos da Resolução nº 3/78 C.E.Su., que reformulou o currículo e as habilitações do referido curso.

O curso de Comunicação Social, já reconhecido, abrigava, na época, as habilitações em jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, além do polivalente. As habilitações em jornalismo e polivalente foram desativadas a partir de 1976 (Parecer nº 41/76) e, com a implantação da nova organização do curso, entraram as habilitações em cinema e em rádio e televisão.

Pela Portaria nº 343 de 31/07/84, tendo em vista o Parecer 913/81, foi autorizada a conversão, em regime de reconhecimento, do curso de Comunicação Social, com as duas novas habilitações, cinema e rádio e televisão.

Hoje, o Curso de Comunicação Social atua com três habilitações – Rádio e Televisão, Publicidade e Propaganda e Cinema, sendo que os últimos atos autorizativos foram, respectivamente: - habilitação Rádio e Televisão – Portaria SERES nº 537 de 23 de setembro de 2016; - habilitação Cinema – Portaria SERES nº 743, de 25 de novembro de 2016; e, - habilitação Publicidade e Propaganda – Portaria SERES nº 629 de 23 de julho de 2017.

### **1.3. Ambiente Interno**

O ambiente interno do Centro Universitário é caracterizado pela integração das diferentes atividades de ensino da Graduação, Pós-Graduação e Extensão. Ainda se distingue pela interação com os demais cursos da IES, que incentiva, desde o seu início, o desenvolvimento acadêmico.

O ambiente interno no qual o curso está inserido também se caracteriza pelo relacionamento harmônico da comunidade acadêmica, facilitando a implementação e



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

a execução de modelos administrativos e práticas pedagógicas. Assim, considerando tais pressupostos, o Centro Universitário busca a excelência no ensino da atividade de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

### **1.4. Missão**

“A missão do curso é formar profissionais da área de comunicação capazes de: gerar e divulgar o conhecimento e a cultura e com capacitação técnica e de liderança, comprometidos com o desenvolvimento da sociedade brasileira e consciência de suas responsabilidades como cidadão”.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

## **2. O CURSO**

### **2.1 Estratégias e Concepção do Curso**

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda tem como foco o desenvolvimento de competências que garantam ao discente o conhecimento teórico e todo o instrumental técnico, específico para o futuro exercício da sua condição de agente no mercado publicitário.

O curso deve garantir instrumentos técnicos específicos para o futuro exercício da condição de agente da comunicação social no mercado que lhe compete, com o maior sucesso possível, por outro lado, deve priorizar a relação entre formação (Paideia) e informação, no sentido de, como afirma a tradição dialética, privilegiar o momento negativo, aquele que busca por meio da crítica reflexiva revelar os meandros da produção do pensamento, e, portanto, das “tramas conceituais” que estruturam a sociedade, a história e os indivíduos em geral. Evidentemente que faz parte desse processo a identificação dos mecanismos de produção de valores morais e de critérios de verdade no seio da cultura contemporânea.

Assim, a instrumentalização do aluno ocorre de maneira sistemática e orientada, e a relação entre disciplinas teóricas e práticas fica mais evidenciada ao longo do curso. Isso também permite a abordagem de temáticas contemporâneas importantes como movimentos sociais e políticos, políticas públicas, direitos humanos, sociais, políticos e econômicos, cidadania, sustentabilidade, movimentos estéticos, entre muitos outros.

A estrutura curricular está ajustada ao seu tempo, mas permite atualizações consideradas necessárias e relevantes para o curso.

O Centro Universitário adotou uma filosofia educacional fundamentada no trabalho e pensamento estratégico, inovador e empreendedor, liderando e estimulando, de forma ética, as pessoas para vencerem desafios.

Assim, o conhecimento técnico obtido pelas disciplinas dos núcleos de: humanas, fundamental e das competências funcionais, aliado aos aspectos de sociabilidade, argumentação, responsabilidade, iniciativa, ética, decisão, clareza na



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

transmissão de ideias e capacidade de trabalhar em equipe se fazem presentes em cada segmento deste Projeto Pedagógico. Com isso, se espera desenvolver nos egressos as competências e habilidades necessárias para o desenvolvimento de sua trajetória profissional.

As habilidades a serem desenvolvidas no Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda são:

- desenvolver produtos diversos da comunicação organizacional como campanhas publicitárias, peças de *merchandising*, promoção, comunicação interna;
- ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;
- saber como planejar estratégias de comunicação de marca ou produto, bem como estruturar ações de relacionamento com o consumidor ou demais públicos;
- conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
- executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, audiovisuais e digitais;
- conhecer as especificidades dos diversos canais de comunicação utilizados para o relacionamento entre marcas e seus consumidores;
- compreender dados de pesquisa e outras fontes para relacionar tais dados, interpretar e prover *insights* para ações estratégicas;
- assimilar criticamente conceitos que permitam uma atuação ética no mercado profissional;
- dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial; e,
- identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1. Objetivos gerais**

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda tem por objetivos gerais:

- formar profissionais e especialistas de nível superior; incentivar a pesquisa e atividades de produção de conhecimento;
- estender o ensino e a pesquisa à comunidade, mediante cursos, palestras e atividades especiais;
- dominar conceitos de ciências sociais e de teoria da comunicação para elaborar análises críticas sobre a realidade contemporânea;
- relacionar os conceitos teóricos aprendidos com a realidade da comunicação e do mercado.
- estimular o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- permitir o conhecimento dos problemas mundiais, em particular os nacionais e regionais, para interagir com a comunidade;
- desenvolver princípios éticos e políticos.

### **2.2.2. Objetivos específicos**

Na operacionalização dos objetivos gerais serão considerados os seguintes objetivos específicos:

#### **Primeiro ano (1º e 2º semestres)**

- dominar as formas técnicas de produção de peças audiovisuais e fotográficas;
- conhecer princípios de gestão e administração de negócios do mercado publicitário;
- apreender técnicas de criatividade;
- assimilar os fundamentos das linguagens da comunicação;



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- assimilar os princípios fundamentais do marketing;
- assimilar princípios da ética profissional.

### **Segundo ano (3º e 4º semestres)**

- identificar elementos que atuam sobre as dinâmicas de consumo;
- desenvolver estratégias de execução de negócios de comunicação;
- elaborar estratégias de marketing de entretenimento;
- elaborar diagnósticos da área de comunicação;
- assimilar conceitos relacionados à criação de campanhas de comunicação;
- conhecer os gêneros, estilos, formas e aplicações de textos publicitários.

### **Terceiro ano (5º e 6º semestres)**

- desenvolver estratégias criativas para execução nos projetos de comunicação de *branded content*;
- produzir material visual para diversas mídias;
- planejar e elaborar projetos e planos de comunicação;
- realizar e interpretar pesquisas de marketing;

### **Quarto ano (7º e 8º semestres)**

- implementar campanhas publicitárias;
- desenvolver projetos de negócios de comunicação;
- dominar a visão global e integrada do processo da comunicação.

## **2.3. Perfil Desejado do Egresso**

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda foi concebido a partir de algumas premissas. Trata-se de uma proposta de formação global de um indivíduo capaz de executar projetos em sua área de habilitação, mas também competente para pensar a sociedade contemporânea e a comunicação como um processo de produção de significados. Considerando as diversas fontes de





## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

aquisição de informação disponíveis na atualidade, cabe ao profissional de publicidade estruturar sua produção para que – graças à qualidade e à responsabilidade na confecção de conteúdo – seja reconhecida entre elas.

Ao final do curso, espera-se profissionais e cidadãos responsáveis pela conservação e produção de concepções de mundo, nas suas várias formas de inserção no mercado da área. O egresso será capaz de utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido no curso sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação de uma empresa.

O perfil do egresso em Publicidade e Propaganda se caracteriza por:

- sua 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;
- sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.
- utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.
- conhecer e dominar estratégias e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
- traduzir em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
- executar o planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de identidade corporativa, e de



### **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

assessoria publicitária de informação, bem como ações de *livemarketing*, *branded content*, marketing de influência e comunidades etc.

## **3. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO**

O ingresso dos alunos é realizado por Processo Seletivo, sendo efetivado por diferentes modalidades:

- Avaliação Tradicional: As provas são realizadas no segundo semestre do ano para ingressantes em fevereiro, e no primeiro semestre para ingressantes em agosto.
- Avaliação Antecipada: Destinada aos alunos que estão cursando o 3º ano do Ensino Médio, garantindo vaga para o ano seguinte.
- Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM): Os alunos podem ingressar de acordo com a inscrição e pontuação no ENEM
- International Baccalaureate (IB), ABITUR e Diplômê Du Baccalauréat (BAC): Mediante obtenção de pontuação mínima nas respectivas certificações, carta motivadora/personal statement e demais requisitos correspondentes listados no edital do Processo Seletivo escolhido.
- Transferência: O processo de transferência ocorre no final de janeiro para o preenchimento de vagas remanescentes de fevereiro, e no final de julho para preenchimento de vagas remanescentes de agosto nas seguintes situações:
- Aproveitamento de estudos – destinado aos portadores de Diploma de Curso Superior ou àqueles que tenham interrompido seus estudos no Ensino Superior;
  - Transferência externa – destinado aos alunos de outras instituições interessados em fazer transferência para o curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, mediante análise de disciplinas cursadas.
  - Transferência *ex-officio* – se opera independentemente da época e disponibilidade de vaga, sendo assegurada aos servidores públicos



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

federal e seus dependentes transferidos no interesse da Administração, na forma da legislação específica (Lei nº 9.536/97) e art. 49, parágrafo único da Lei nº 9.394/96.

O processo seletivo de ingresso é precedido de edital divulgado na Instituição (de forma presencial) ou no site oficial do Centro Universitário, obedecendo a critérios e normas de seleção e admissão que levam em conta os currículos do Ensino Fundamental e Médio.

**OBS.:** As vagas disponíveis, os editais correspondentes e a documentação necessária ficam disponibilizados na página eletrônica – Nossos Cursos – Graduação (Portaria 23) – Acesso – Menu Rápido – Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

### **3.1. Perfil Desejado do Ingressante**

O perfil desejado pressupõe formação humanística de qualidade e capacidade de expressão verbal e escrita adequada para o aluno que finalizou seus estudos no Ensino Médio. Assim, esperamos um aluno que domine os elementos básicos da língua portuguesa, disponha de conhecimentos históricos e científicos que sirvam de substrato para a construção de sólida formação humanística e profissional na área pretendida, além de postura ética e responsável.

Escolher a profissão é uma tarefa árdua, e exige tanto dos candidatos, quanto das instituições de ensino, alto nível de esclarecimento sobre as atividades que serão exercidas. Perspectivas para o futuro, competências a serem desenvolvidas, entre outras informações ajudam ao máximo os futuros universitários a se reconhecerem na carreira que irão abraçar. Com intuito de minimizar as dúvidas e orientar seus vestibulandos, o Processo Seletivo FAAP realiza desde 2011 entrevistas com todos os candidatos inscritos.

As entrevistas são realizadas com o coordenador do curso ou coordenador de habilitação, de acordo com a escolha do candidato. O objetivo é explicar o enfoque do curso, a infraestrutura oferecida para o desenvolvimento das aulas, quais atividades serão desenvolvidas pelo profissional a fim de que o candidato tenha consciência da sua futura formação. Estimamos que esse tipo de atenção aos candidatos auxilie na



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

escolha de um curso que realmente tenha a ver com sua personalidade e ambição profissional.

### **3.2. Apoio Discente - Órgãos de apoio à atividade acadêmica**

Para apoio ao discente o Centro Universitário disponibiliza os seguintes órgãos e ações de apoio:

- **FAAP – Business Hub** - Promove palestras, cursos, concursos, workshops e oficinas para o corpo discente e, em algumas situações específicas para o corpo docente.
- **Gestão de Carreira** - O Centro Universitário por si ou por entidades públicas ou privadas, conveniadas à Fundação Armando Álvares Penteado, pode intermediar estágio curricular, ou profissional por meio da Gestão de Carreiras.
- **Instituto Confúcio para Negócios FAAP** - O Instituto Confúcio para Negócios FAAP tem por objetivo promover a língua e cultura chinesas, com a ênfase em negócios, oferecendo, além do estudo da língua, seminários empresariais, cursos de capacitação sobre a China e atividades culturais e artísticas, com o intuito de melhorar o conhecimento mútuo sino-brasileiro, criando uma plataforma de negócios para temáticas relacionadas à China.
- **Setor de Internacionalização** - O Centro Universitário utiliza o Setor de Internacionalização com a finalidade principal de identificar programas de cooperação técnica e científica adequados às diretrizes de excelência, dando suporte à celebração, desenvolvimento, execução e organização dos convênios firmados. Faz parte do Setor de Internacionalização o “Idiomas FAAP”, que oferece cursos de espanhol, inglês, português para estrangeiros, preparatório para o CELPE-BRAS, IELTS, TOEFL IBT, comunicação escrita.
- **Central de Bolsas** - O Centro Universitário conta com uma Central de Bolsas, responsável pela seleção e acompanhamento de bolsas de estudos. Ao final de cada semestre, os alunos são avisados dos prazos e documentos necessários para a inscrição no processo para concessão das Bolsas. As modalidades de bolsa são: Bolsa Auxílio; Bolsa Mérito; Bolsa Monitoria e Iniciação Científica; Bolsa de Estudos Legal; Bolsa Prêmio.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- **Processo Seletivo (Vestibular)** - É o órgão responsável pelo ingresso do aluno e tem sob a sua responsabilidade não só a inscrição, mas também, o agendamento da orientação de carreira com o corpo acadêmico do Centro Universitário.
- **Ouvidoria** - Com o objetivo de: ampliar e aprimorar a comunicação entre os órgãos gestores do curso, e os demais componentes da comunidade acadêmica o Centro Universitário e os seus cursos dispõem de uma Ouvidoria, para encaminhamento de informações, questionamentos e propostas administrativas e pedagógicas sobre o curso.
- **Organização estudantil (espaço para participação e convivência estudantil)** - O Diretório Acadêmico tem participação efetiva na promoção de atividades culturais, esportivas e acadêmicas, além de gozar de autonomia para realização de seus próprios eventos. A representação discente é escolhida pelos alunos regulares, entre seus pares, sob a coordenação do Diretório Acadêmico, e, possui assento em todos os órgãos colegiados do Centro Universitário.
- **Acompanhamento dos egressos** - A Associação dos Antigos Alunos da FAAP - AAAFAAP, desde 1995 já era o canal de comunicação entre os ex-alunos e as Faculdades. Seu site [www.aaafaap.org.br](http://www.aaafaap.org.br) permite que ex-alunos possam localizar colegas de turma, procurar ou oferecer emprego, receber informações atualizadas das atividades desenvolvidas no campus, em qualquer lugar, a qualquer hora. Os associados têm descontos exclusivos nos cursos de Pós-Graduação, no Teatro FAAP, na Livraria Cultura (via web). Eles também podem frequentar a Biblioteca FAAP (em horários especiais), além das exposições e eventos culturais que ocorrem no Museu de Arte Brasileira - MAB / FAAP. As pesquisas com os egressos são úteis, não somente, para a análise da aceitação do mercado pela Comissão Própria de Avaliação, mas também, para compreender as demandas e tendências do mercado, subsidiar a elaboração de projetos de educação continuada e auxiliar o processo de seleção de conteúdo.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- **Atendimento aos Discentes com Necessidades Especiais** - Não existem restrições para os alunos portadores de necessidades especiais, as instalações contemplam as exigências legais, as salas possuem cadeiras especiais, além de um processo seletivo com um atendimento especializado.
- **Apoio Psicopedagógico** - o apoio psicopedagógico é desenvolvido em três momentos, sendo o primeiro de identificação da situação e da necessidade do aluno e está sob responsabilidade do coordenador de curso. O segundo momento, de acordo com a necessidade e complexidade da situação problema é discutida e encaminhada junto ao NDE. Finalmente, o terceiro e último momento do processo de acompanhamento psicopedagógico consiste na definição dos encaminhamentos e dos profissionais envolvidos na sua solução. Todo o processo é compartilhado com o aluno de forma transparente e madura.

## **4. MODELO DE GESTÃO**

### **4.1 Estrutura Organizacional**

#### **Conselho Superior (CONSU)**

Compete ao CONSU: fixar as políticas e diretrizes para o projeto pedagógico e o plano de atividades do Centro Universitário; aprovar o Plano de Ação Anual e o relatório das atividades do Centro Universitário referentes à sua execução; aprovar cursos e programas que serão oferecidos pelo Centro Universitário; estabelecer as diretrizes gerais, nos termos da legislação vigente, para os programas de pós-graduação, de iniciação científica e de extensão; sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e ao desenvolvimento das atividades da do Centro Universitário; propor o programa de avaliação institucional, levando em consideração, entre outros, os parâmetros nacionais; propor concessão de dignidades acadêmicas; decidir em grau máximo os recursos interpostos de decisões dos demais órgãos, em matéria didático-científica e disciplinar; sugerir normas para criação, organização e funcionamento de programas de cursos de pós-graduação, sequenciais e de extensão; propor a política de apoio à investigação científica e à divulgação do saber; propor alterações no Regimento; e, opinar sobre assuntos pertinentes que lhe sejam submetidos pelo Diretor Acadêmico;



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

exercer as demais atribuições previstas em lei ou no Regimento.

### **Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE)**

Compete ao CONSEPE: orientar, coordenar e supervisionar as atividades de ensino, pesquisa e extensão; aprovar a criação, ampliação e extinção de cursos, projetos e programas no âmbito pedagógico e formativo; encaminhar projetos e programas ao CONSU; e, homologar critérios e mecanismos para autoavaliação institucional estabelecidos pela CPA.

### **Diretorias Acadêmica e Administrativo Financeira**

São atribuições do Diretor Acadêmico: representar o Centro Universitário perante as autoridades e as instituições de ensino; fixar o calendário das atividades do Centro Universitário, ouvidos os órgãos colegiados; convocar e presidir as reuniões do CONSU e CONSEPE; elaborar o Plano de Ação Anual e o relatório das atividades do Centro Universitário, depois de aprovados pelo CONSU; fiscalizar o cumprimento dos programas, horários e calendário do Centro Universitário; conferir grau, assinar diplomas, títulos e certificados escolares; zelar pela manutenção da ordem e da disciplina no âmbito do Centro Universitário; sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento do projeto interno de autoavaliação institucional; propor a contratação, promoção ou dispensa de pessoal docente e técnico-administrativo; zelar pelo adequado atendimento dos corpos docente e discente do Centro Universitário, nos órgãos de apoio; celebrar convênios e acordos com entidades nacionais e estrangeiras; designar os Coordenadores de Curso dentre os integrantes do respectivo corpo docente; nomear os representantes para os órgãos colegiados; autorizar as publicações sempre que envolvam responsabilidade do Centro Universitário; referendar ou não a indicação de monitores feitas pelas Coordenadorias de Curso; deferir ou não os requerimentos de matrícula; cumprir e fazer cumprir as disposições deste Regimento e demais normas pertinentes; resolver os casos omissos neste Regimento e, nesta hipótese, tomar decisões *ad referendum* do órgão colegiado competente, quando necessário; e, exercer as demais atribuições previstas em lei e neste Regimento.

São atribuições do Diretor Administrativo Financeiro: representar o Centro Universitário perante as autoridades e as instituições de ensino; propor modificações concernentes aos processos de suas respectivas áreas; indicar a necessidade de



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

contratação e dispensa de colaboradores vinculados à sua área; elaborar e gerir o planejamento geral orçamentário, respeitados os parâmetros administrativos, organizacionais e financeiros estabelecidos e homologados pela Mantenedora; e, zelar pelos processos de gestão administrativa e financeira do Centro Universitário

### **Coordenação Geral da Graduação**

São atribuições da coordenação Geral da Graduação: administrar questões diretamente ligadas à qualidade do ensino, tais como nota do Curso no ENADE; acompanhar índices de sucesso e de insucesso acadêmico e/ou evasão dos estudantes; incentivar o desenvolvimento de práticas educativas inovadoras; acompanhar o desempenho e a aprendizagem dos alunos; discutir e orientar sobre o Projeto Pedagógico do Curso de modo a garantir as práticas acadêmicas e extensionistas no currículo; fazer a interlocução direta com a Equipe Multidisciplinar, com o Setor de Formação e Inovação Pedagógica e com todos os setores e núcleos que participam da formação básica e profissional dos alunos; seguir os princípios e objetivos do PDI e PPI; coordenar a política didático-pedagógica dos Cursos; promover o controle acadêmico dos estudantes; coordenar a qualificação dos Cursos de modo a garantir a excelência na formação profissional.

### **Coordenação Geral de Pós-Graduação**

A Coordenação Geral de Pós-Graduação é responsável pelos assuntos referentes ao ensino de Pós-Graduação *Lato Sensu* e Cursos de Extensão, nas modalidades presencial e a distância, relacionados com a formação continuada dos alunos e de profissionais do mercado.

### **Coordenação de Pesquisa**

A Coordenação Pesquisa é responsável pela implementação das políticas de desenvolvimento de pesquisa nas diferentes áreas de atuação do Centro Universitário, tendo como referência os princípios e objetivos do PDI e PPI.

### **Colegiado de Curso**

Compete ao Colegiado de Curso: elaborar o plano de atividades do Curso; aprovar o projeto pedagógico do curso; indicar os membros do Núcleo Docente Estruturante do curso; acompanhar o desenvolvimento das atividades docentes e discente no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) das disciplinas e atividades oferecidas na





## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

modalidade a distância; aprovar os regulamentos de estágio, atividades complementares e trabalho de conclusão de curso; determinar as normas para seleção de monitores; sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e desenvolvimento das atividades dos cursos; opinar sobre assuntos pertinentes que lhe sejam submetidos pelo Coordenador do Curso; homologar os ajustes e definições de atividades de iniciação científica e de extensão; e, exercer as demais atribuições previstas em lei e neste Regimento.

### **Coordenação de Curso**

São atribuições do Coordenador de Curso: analisar o projeto pedagógico e o plano de atividades do curso, propostos pelo Núcleo Docente Estruturante e encaminhá-lo à aprovação do Colegiado de Curso; analisar os resultados das avaliações do curso; sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e desenvolvimento do curso; aprovar os critérios de avaliação fixados pelo Núcleo Docente Estruturante; coordenar a elaboração e a execução do projeto pedagógico do curso, promovendo a integração vertical e horizontal das disciplinas, bem como as demais atividades inerentes ao perfeito funcionamento do curso; supervisionar e fiscalizar a execução das atividades programadas e o desempenho acadêmico dos professores do curso; acompanhar a elaboração, dos planos de ensino dos diversos componentes curriculares; propor ao Diretor Acadêmico, após seleção, a admissão de professores e monitores; representar o curso junto aos órgãos do Centro Universitário; apresentar anualmente o relatório das atividades do curso; e, exercer as demais atribuições previstas em lei e neste Regimento.

### **Núcleo Docente Estruturante**

São atribuições do Núcleo Docente Estruturante: participar da elaboração do Projeto Pedagógico de Curso; participar da revisão e atualização constante do Projeto Pedagógico de Curso; fixar os critérios, acompanhar o processo de avaliação e sugerir alterações para aprovação dos órgãos superiores; analisar, avaliar e propor alterações nos Planos de Ensino; e, zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais e demais parâmetros legais.

### **Secretaria**

Compete ao secretário: propor ao Diretor Acadêmico o regulamento dos serviços da



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Secretaria e as alterações que nele se fizerem necessárias; organizar, coordenar e administrar os serviços da Secretaria, fazendo cumprir os horários e as tarefas que lhe sejam afeitas; expedir certidões, atestados e declarações; secretariar as reuniões e lavrar as respectivas atas, prestando-lhes as informações que solicitarem; encarregar-se da correspondência que não seja de exclusiva competência do Diretor Acadêmico e expedir a correspondência oficial deste; informar por escrito o expediente destinado a despacho do Diretor Acadêmico, e a estudo e deliberação dos órgãos colegiados e das comissões; abrir e encerrar os termos referentes ao processo seletivo, à matrícula, à colação de grau e outros; redigir, assinar e mandar afixar ou publicar editais e avisos, depois de vistos pelo Diretor Acadêmico; assinar com o Diretor Acadêmico os diplomas, certificados, termos de colação de grau e outros, conferidos pelo Centro Universitário; cumprir e fazer cumprir as ordens e instruções emanadas da Diretoria Acadêmica; reunir os dados e documentos necessários à elaboração do relatório da Direção Acadêmica; ter sob sua guarda materiais e equipamentos da Secretaria; manter em dia os assentamentos, no que lhe competir, dos professores e pessoal técnico-administrativo; e, exercer as demais atribuições previstas em lei, neste Regimento ou determinadas pelo Diretor Acadêmico, na sua esfera de atuação.

### **4.2. Avaliação do Curso**

#### **4.2.1. Avaliação do Projeto Pedagógico do Curso**

O Projeto Pedagógico do curso é avaliado, internamente, pelo NDE e pela CPA:

- **Avaliação do NDE:** o Núcleo Docente Estruturante, composto por 05 (cinco) professores e organizado segundo Regulamento próprio, é responsável, entre outras coisas, por:
  - criar e difundir as diretrizes do projeto pedagógico, estabelecendo uma cultura institucional;
  - acompanhar a implantação do PPC para, em um processo de avaliação, garantir a constante melhoria das condições de ensino; e,



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- propor modificações sempre que julgar necessário.
- **Avaliação da CPA:** a avaliação do Projeto Pedagógico do Curso é parte decisiva do processo de autoavaliação e enfoca a concepção do currículo, a organização didático-pedagógica, práticas pedagógicas e as práticas institucionais. Dentre as questões que são avaliadas, pode-se identificar: a sistemática e periodicidade da revisão curricular, os critérios que orientam o trabalho de revisão, a correspondência do currículo e programas ao perfil esperado do egresso e a maneira como as diretrizes curriculares foram incorporadas pelo PPC.

O Relatório da CPA é encaminhado para o Centro Universitário, no momento em que é anexado no e-MEC.

Com as mudanças introduzidas pela Nota Técnica INEP/DAES/CONAES nº 065, de 09 de outubro de 2014, a CPA definiu que: o Centro Universitário deve entregar anualmente, até o final do mês de novembro, cópia de todos os documentos, próprios de cada relatório parcial e relatório final, para serem analisados, objetivando verificar se as recomendações que foram indicadas anteriormente estão sendo seguidas e as fragilidades estão sendo corrigidas.

As pesquisas de opinião dos corpos: docente; técnico-administrativo; e, egressos são aplicadas eletronicamente sempre 2º semestre letivo e o resultado, das mesmas, é disponibilizado no *Canvas* e a cópia física fica disponível na sala da CPA. Já, as pesquisas de opinião aplicadas ao corpo discente (avaliação institucional e avaliação docente) são realizadas semestralmente e o processo de disponibilização é o mesmo.

Periodicamente é realizada, pelos membros da CPA, uma revisão das pesquisas no sentido de adequar cada questionário a realidade do momento. Algumas revisões são feitas em razão dos comentários que os participantes, das pesquisas, deixam registrados.

- **Avaliação Externa:** além das avaliações internas, de acordo com a legislação vigente, o curso estará sujeito, também, à avaliação externa por



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

uma Comissão de Especialistas "*ad hoc*"<sup>3</sup>.

### **4.2.2. Avaliação do Ensino e da Aprendizagem**

O aproveitamento escolar é avaliado por meio do acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtidos em provas e trabalhos (nota expressa em grau de zero a dez). A avaliação do desempenho escolar é feita por disciplina, incidindo sobre a frequência (obrigatória) e o aproveitamento. Independentemente dos demais resultados obtidos, é considerado reprovado na disciplina o aluno que não obtenha frequência mínima de setenta e cinco por cento às aulas ministradas e demais atividades escolares de cada disciplina.

É considerado aprovado na disciplina o aluno que obtiver nota de aproveitamento resultante de média das notas das avaliações não inferior a seis, e que atinja frequência mínima de setenta e cinco por cento às aulas ministradas e demais atividades escolares daquela disciplina.

No último semestre, os alunos devem elaborar e apresentar o Trabalho de Conclusão de Curso, conforme regulamentação aprovada pela Coordenadoria do Curso. Cada habilitação tem especificidades de seu trabalho e as mesmas estão descritas no item específico do projeto pedagógico.

O professor da disciplina elabora provas e determina a realização de trabalhos, bem como os critérios para avaliá-los. Existem trabalhos multidisciplinares, que agregam atividades a serem desenvolvidas por mais de uma disciplina nos vários semestres do curso. Assim, os alunos colocam em prática várias atividades para as quais foram preparados ao longo do curso.

O número mínimo de provas, seminários e trabalhos e suas peculiaridades são discutidos e acompanhados pelo Núcleo Docente Estruturante e aprovados nos órgãos superiores. Muitos trabalhos realizados envolvem a criação de produtos referentes à área da habilitação, proporcionando experiências mais próximas às

---

<sup>3</sup> O resultado dessas avaliações deverá dar suporte à elaboração do Relato Institucional



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

vivências de mercado. Assim, é possível atingir os objetivos de relacionar conceitos e estabelecer nexos entre os diversos conteúdos ministrados no curso.

O NDE recolhe informações, constantemente, e analisa a eficácia dos procedimentos adotados, no sentido de fornecer dados para avaliação dos mesmos. O Coordenador de Curso pode, a partir dessas análises, planejar e executar as alterações, caso necessário, para que o processo ensino-aprendizagem volte a ser adequado.

### **4.3. Integração do Curso de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda com a Pós-Graduação**

Com base no princípio de educação continuada, os cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* do Centro Universitário têm como objetivo:

- identificar as necessidades de mercado na área de competência;
- atender as expectativas dos alunos egressos e buscar novos alunos nas suas diferentes modalidades;
- oferecer conteúdo de interesse e atualizado para um público segmentado.

Para tanto, é necessário enfatizar o diferencial dos cursos oferecidos pelo Centro Universitário Armando Álvares Penteado perante os cursos existentes no mercado e buscar *know how* nacional e internacional, quando necessário.

O levantamento de demanda para a criação dos cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* e, também, cursos e diferentes atividades de extensão, constituem-se em um dos temas das pautas das reuniões dos órgãos colegiados e do NDE. A estrutura desses cursos e atividades conta com a ativa participação dos professores do Centro Universitário, tanto ministrando aulas bem como fazendo a coordenação técnica dos programas.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### **4.4. Cursos de Recuperação em janeiro e julho**

Durante os períodos de férias é oferecida aos alunos a oportunidade de cursar as disciplinas nas quais não obtiveram desempenho suficiente em nota e/ou frequência. Estes cursos são intensivos, seguindo as mesmas cargas horárias das disciplinas oferecidas regularmente ao longo semestre.



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

## 5. REGIME, DURAÇÃO E ESTRUTURA CURRICULAR

### 5.1. Regime e Duração do Curso

O quadro 1 expõe dados sobre o regime e duração do curso.

**Quadro 1** - Dados Gerais sobre o Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda.

<b>Modalidade</b>	Bacharelado
<b>Tempo de Integralização</b>	4 anos
<b>Carga Horária Total</b>	<b>3244</b>
<b>Turno de Funcionamento</b>	Diurno/Noturno
<b>Regime do Curso / Ingresso</b>	Semestral
<b>Vagas Anuais</b>	140

### 5.2. Características Gerais da Estrutura Curricular

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda está estruturado em regime semestral, com duração mínima de oito semestres. A Estrutura Curricular do Curso, tendo presente a legislação pertinente, está fundamentada na: missão do curso; nos seus objetivos; e, no perfil do egresso.

Dessa forma, as disciplinas são agrupadas, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais expressas na **Resolução CNE/CES nº16, de 13 de março de 2002 e no Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001**, em campos interligados de conhecimento e abrangem conteúdos formação básica e de formação específica.

Os conteúdos básicos são: “caracterizadores da formação geral da área devendo atravessar a formação dos graduandos de todas as habilitações. Envolvem tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela habilitação específica”.



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Os conteúdos específicos foram definidos pelo Núcleo Docente Estruturante e aprovados nos órgãos colegiados competentes e tiveram por objetivo “favorecer reflexões e práticas no campo da Comunicação, como para incentivar reflexões e práticas da habilitação em Publicidade e Propaganda”.

### 5.2.1. Carga Horária Curricular das diferentes Áreas de Formação

O quadro 2 expõe o total de carga horária de cada área de formação.

**Quadro 2** - Total de carga horária das áreas de conteúdo

<b>Formação</b>	<b>Carga Horária h/a</b>
Núcleo de Humanas	<b>1332</b>
Núcleo Fundamental	<b>1332</b>
Núcleo de Competências Funcionais	<b>360</b>
Atividades Complementares	<b>220</b>
<b>Total</b>	<b>3244</b>

### 5.2.2. Distribuição Curricular das disciplinas por Áreas de Formação

**Quadro 3** – Conteúdos do Núcleo de Humanas

<b>Disciplinas</b>
Análise da Imagem, Antropologia, Língua Portuguesa, Epistemologia em Comunicação, História da Arte, Sociologia, Teorias da Comunicação, Comunicação e Mercado, Sociologia da Comunicação, Estudos Culturais, Teorias Sociais do Brasil, Estética, Literatura e Dramaturgia, Filosofia, Filosofia da Comunicação, Política Cultura e Mídia, Comunicação e Hipermídia, Psicologia, Geopolítica, Psicologia da Comunicação, Comunicação Comparada, Comunicação e Religião, Comportamento Contemporâneo, Crítica em Comunicação, Teoria do Contemporâneo, Inteligência de Mercado.

**Quadro 4** – Conteúdos do Núcleo Fundamental

<b>Disciplinas</b>
Administração e Gestão De Negócios, Legislação em Publicidade e Propaganda, Cinema e Vídeo I –





## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Produção Publicitária, Linguagem Fotográfica, Marketing I – Conceitos Básicos, Cinema e Vídeo II – Produção Publicitária, Fotografia Aplicada, Radio I – Produção Publicitária, Marketing II – Estratégias de Produtos e Marcas, Design Gráfico e Digital I, Radio II – Produção Publicitária, Marketing III - Comunicação Integrada, Pesquisa I, Redação e Criação Publicitária I, Design Gráfico e Digital, Marketing IV – Políticas e Estratégias de Preço e Distribuição, Pesquisa II, Redação e Criação Publicitária III, Mídia I, Criação e Direção De Arte I, Marketing V – Planejamento Estratégico, Mídia II – Pesquisa De Mídia e Função no Planejamento, Redação e Criação Publicitária III, Criação e Direção de Arte II, Marketing VI – Planejamento Estratégico de Comunicação, Mídia III – Mídia Digital, Redação e Criação Publicitária IV, Criação e Direção De Arte III, Mídia – Projeto, Planejamento – Projeto, Redação e Criação – Projeto.

### Quadro 5 – Conteúdos do Núcleo de Competências Funcionais

Disciplinas
Estatística I, Estatística II, Estratégias Executivas de Comunicação, Branding Entertainment, Técnicas De Atendimento, Seminários Avançados De Marketing, Storytelling e Transmídia, Gestão de Serviços e Marketing Interno, Comunicação Dirigida.

### 5.3. Matriz Curricular do Curso

O Quadro 6 expõe a estrutura curricular do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, por formação e semestre.

**Quadro 6** – Estrutura Curricular do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda por Semestre<sup>4</sup>

1º Semestre	T / P	Núcleo
Análise da Imagem I	36	Humanas
Antropologia	36	Humanas
Língua Portuguesa I	36	Humanas
História da Arte I	36	Humanas

<sup>4</sup> T = Teórica; P = Prática



### CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Sociologia	36	Humanas
Teorias da Comunicação I	72	Humanas
Epistemologia em Comunicação	36	Humanas
Administração e Gestão de Negócios	36	Fundamental
Legislação em Publicidade e Propaganda	36	Fundamental
Cinema e Vídeo I- Produção Publicitária	36	Fundamental
Linguagem Fotográfica	36	Fundamental
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>432</b>	
<b>2º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Análise da Imagem II	36	Humanas
Comunicação e Mercado	36	Humanas
Estudos Culturais	36	Humanas
Teorias da Comunicação II	36	Humanas
História da Arte II	36	Humanas
Língua Portuguesa II	36	Humanas
Sociologia da Comunicação	36	Humanas
Marketing I – Conceitos Básicos	36	Fundamental
Cinema e Vídeo II- Produção Publicitária	36	Fundamental
Fotografia Aplicada	36	Fundamental
Radio I – Produção Publicitária	36	Fundamental
Estatística I	36	Competências Funcionais
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>432</b>	
<b>3º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Teorias Sociais do Brasil	36	Humanas



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Filosofia	36	Humanas
Estética	36	Humanas
Língua Portuguesa III	36	Humanas
Teorias da Comunicação III	36	Humanas
Marketing II – Estratégias de Produtos e Marcas	36	Fundamental
Design Gráfico e Digital I	<b>36</b>	Fundamental
Radio II – Produção Publicitária	<b>36</b>	Fundamental
Estatística II	36	Competências Funcionais
Estratégias Executivas de Comunicação	36	Competências Funcionais
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>360</b>	
<b>4º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Filosofia da Comunicação	36	Humanas
Literatura e Dramaturgia	36	Humanas
Comunicação e Hipermídia	36	Humanas
Psicologia	36	Humanas
Política Cultural e Mídia	36	Humanas
Marketing III- Comunicação Integrada	36	Fundamental
Pesquisa I	36	Fundamental
Redação e Criação Publicitária I	36	Fundamental
Design Gráfico e Digital II	<b>36</b>	Fundamental
Branding Entertainment	36	Competências Funcionais
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>360</b>	
<b>5º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Comunicação Comparada	36	Humanas



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Geopolítica Internacional	36	Humanas
Comunicação e Religião	36	Humanas
Psicologia da Comunicação	36	Humanas
Marketing IV – Políticas e Estratégias de Preço e Distribuição	36	Fundamental
Pesquisa II	36	Fundamental
Redação e Criação Publicitária II	36	Fundamental
Mídia I	36	Fundamental
Técnicas de Atendimento	36	Competências Funcionais
Criação e Direção de Arte I	36	Fundamental
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>360</b>	
<b>6º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Comportamento Contemporâneo	36	Humanas
Teoria do Contemporâneo	36	Humanas
Crítica em Comunicação	36	Humanas
Marketing V – Planejamento Estratégico	72	Fundamental
Mídia II – Pesquisa de Mídia e Função no Planejamento	36	Fundamental
Redação e Criação Publicitária III	36	Fundamental
Storytelling e Transmídia	36	Competências Funcionais
Seminários Avançados de Marketing	36	Competências Funcionais
Criação e Direção de Arte II	36	Fundamental
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>360</b>	
<b>7º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Inteligência de Mercado	36	Humanas
Gestão de Serviço e Marketing Interno	72	Competências Funcionais



### CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021,  
publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Marketing VI – Planejamento Estratégico de Comunicação	72	Fundamental
Mídia III – Mídia Digital	72	Fundamental
Redação e Criação Publicitária IV	36	Fundamental
Criação e Direção de Arte III	72	Fundamental
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>360</b>	
<b>8º Semestre</b>	<b>T / P</b>	<b>Núcleo</b>
Criação e Direção de Arte - Projeto	72	Fundamental
Mídia - Projeto	72	Fundamental
Planejamento - Projeto	72	Fundamental
Redação e Criação - Projeto	72	Fundamental
Comunicação Dirigida	72	Competências Funcionais
<b>Total da Carga Horária</b>	<b>360</b>	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 5.3.1. Representação Gráfica da Matriz Curricular

1º SEMESTRE			2º SEMESTRE			3º SEMESTRE			4º SEMESTRE			5º SEMESTRE			6º SEMESTRE			7º SEMESTRE			8º SEMESTRE				
ANTROPOLOGIA			ANÁLISE DA IMAGEM I			TEORIAS SOCIAIS DO BRASIL			FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO			COMUNICAÇÃO COMPARADA			COMPORTAMENTO CONTEMPORÂNEO			INTELIGÊNCIA DE MERCADO			COMUNICAÇÃO DIRETA - PROJETO				
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36			PRAT.	72	
LÍNGUA PORTUGUESA I			COMUNICAÇÃO E MERCADO			ESTATÍSTICA I			LITERATURA E DRAMATURGIA			GEOPOLÍTICA			TEORIA DO CONTEMPORÂNEO			GESTÃO DE SERVIÇOS E MARKETING INTERNO			CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE - PROJETO				
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		72			PRAT.	72	
ANÁLISE DA IMAGEM I			ESTUDOS CULTURAIS			ESTÉTICA			COMUNICAÇÃO E HIPERMÍDIA			COMUNICAÇÃO E RELEIÃO			CRÍTICA EM COMUNICAÇÃO			MARKETING VI - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO			MÍDIA - PROJETO				
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		72			PRAT.	72	
HISTÓRIA DA ARTE I			ESTATÍSTICA I			LÍNGUA PORTUGUESA II			PSICOLOGIA			PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO			MARKETING V - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO			MÍDIA II - MÍDIA DIGITAL			PLANEJAMENTO - PROJETO				
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		72	TEOR.		72			PRAT.	72	
SOCIOLOGIA			HISTÓRIA DA ARTE II			TEORIAS DA COMUNICAÇÃO III			POLÍTICA CULTURAL E MÍDIA			TÉCNICAS DE ATENDIMENTO			MÍDIA II - PESQUISA DE MÍDIA E FUNÇÃO NO PLANEJAMENTO			REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA			REDAÇÃO E CRIAÇÃO - PROJETO				
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	PRAT.	72
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO I			LÍNGUA PORTUGUESA II			FILOSOFIA			MARKETING III - COMUNICAÇÃO INTEGRADA			MARKETING IV - POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE PREÇO E DISTRIBUIÇÃO			SEMINÁRIOS AVANÇADOS DE MARKETING			CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE III							
TEOR.		72	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36			PRAT.	72	
EPIDEMIOLOGIA EM COMUNICAÇÃO			SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO			ESTRATÉGIAS EXECUTIVAS DE COMUNICAÇÃO			PESQUISA I			PESQUISA II			REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA III										
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36					
ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE NEGÓCIOS			TEORIAS DA COMUNICAÇÃO II			MARKETING II - ESTRATÉGIAS DE PRODUTOS E MARCAS			REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA I			REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA I			STORYTELLING E TRANSMÍDIA										
TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36	TEOR.		36					
LEGISLAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA			MARKETING I - CONCEITOS BÁSICOS			DESIGN GRÁFICO E DIGITAL I			BRANDING ENTERTAINMENT			MÍDIA I - FUNDAMENTOS E CONCEITOS			CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE I										
TEOR.		36	TEOR.		36			PRAT.	36	TEOR.		36	TEOR.		36			PRAT.	36						
CINEMA E VÍDEO I - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA			CINEMA E VÍDEO II - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA			RÁDIO II - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA			DESIGN GRÁFICO E DIGITAL II			CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE I													
		PRAT.	36			PRAT.	36			PRAT.	36			PRAT.	36										
LINGUAGEM FOTOGRAFICA			FOTOGRAFIA APLICADA																						
		PRAT.	36			PRAT.	36																		
			RÁDIO I - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA																						
					PRAT.	36																			
360	72	432	324	108	432	288	72	360	324	36	360	324	36	360	324	36	360	288	72	360	0	360	360		
AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL	AULA TEÓRICA	AULA PRÁTICA	TOTAL SEMESTRAL		

  

DISCIPLINAS PRESENCIAS OBRIGATORIAS		h/a	%
DISCIPLINAS DO NÚCLEO DE HUMANAS		1188	# REF!
DISCIPLINAS DO NÚCLEO FUNDAMENTAL		1440	# REF!
DISCIPLINAS DE COMPETENCIAS FUNCIONAIS		396	# REF!
TOTAL		3024	100,0%

  

		h/a	%
AULAS TEÓRICAS		2232	73,8%
AULAS PRÁTICAS		792	26,2%
TOTAL		3024	100,0%

  

DISCIPLINAS PRESENCIAS OBRIGATORIAS		h/a	HORAS
DISCIPLINAS PRESENCIAS OBRIGATORIAS		3024	2520
ATIVIDADES COMPLEMENTARES		229	183
TOTAL GERAL		3244	2703



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 5.4. Ementas / Bibliografias básica e complementar

São apresentadas, a seguir, as ementas e as bibliografias dos conteúdos abordados em cada uma das disciplinas que compõem o **Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda**:

#### 1º Semestre

ANÁLISE DA IMAGEM I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Teorias sobre a imagem. Conceitos para a análise do discurso visual. Construção do discurso visual.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>
BAITELLO JUNIOR, Norval. <b>A era da iconofagia</b> : ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.		KOTHE, Flávio R. <b>A alegoria</b> . São Paulo: Ática, 1986.  MACHADO, Arlindo. <b>O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges</b> . Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, c2001.  SCHAPIRO, Meyer; BISCHOT, BETINA, trad. <b>MONDRIAM: A dimensão humana da pintura abstrata</b> . São Paulo: Cosac & Naify, 2001.
ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE NEGÓCIOS		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Empresas nacionais e empresas multinacionais. Funções administrativas. Áreas funcionais. Os diversos setores de empresas de comunicação. As agências de publicidade no mercado atual.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>
BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott. <b>Administração</b> . 2. ed. Porto Alegre: McGraw - Hill, 2012.  LUPETTI, Marcélia. <b>Administração em publicidade</b> : a verdadeira alma do negócio. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.		DAFT, Richard L. <b>Administração</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2010.  PEREZ, Clotilde ; BARBOSA, Ivan Santo (Org.). <b>Hiperpublicidade</b> : atividades e tendências. São Paulo: Thomson, 2008.
ANTROPOLOGIA		Carga Horária: 36 h/a



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

**Ementa:** Escolas e correntes do pensamento antropológico. Conceitos principais da disciplina: cultura, simbolismo, contato intercultural, alteridade, identidade, etnocentrismo, relativismo, raça, racismo e gênero. As relações étnico-raciais no Brasil.

### Bibliografia Básica:

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.

LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Racismo no Brasil**. São Paulo: Publifolha, c2001.

### Bibliografia Complementar:

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2008.

DAMATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à antropologia social**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, c2000.

## EPISTEMOLOGIA EM COMUNICAÇÃO

Carga Horária: 36 h/a

**Ementa:** A comunicação como campo de estudo específico: contextualização; contribuição interdisciplinar e os paradigmas de produção de conhecimento na área. Metodologias de estudo em comunicação.

### Bibliografia Básica:

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. 11. ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

### Bibliografia Complementar:

GOLDMANN, Lucien. **Ciências humanas e filosofia: que é a sociologia?** 11. ed. São Paulo: Bertrand Brasil, 1988.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 2003.

MASLIN, K. T. **Introdução à filosofia da mente**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

MÁTAR, João. **Metodologia científica na era da informática**. 3. ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2008.

SMITH, Plínio; SILVA FILHO, Waldomiro J (Org.). **Significado, verdade, interpretação: Davidson e a filosofia**. São Paulo: Loyola, 2005.





## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

CINEMA E VÍDEO I - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceitos, técnicas, tendências e funções dos elementos para a produção de vídeos publicitários para TV e Cinema.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (Org.). <b>Televisão, cinema e mídias digitais.</b> Florianópolis: Insular, 2012.	SEGER, Linda. <b>Como criar personagens inesquecíveis.</b> São Paulo: Bossa Nova, 2006.	
BLOCK, Bruce. <b>A narrativa visual:</b> criando a estrutura visual para cinema, TV e mídias digitais. São Paulo: Elsevier, 2010.	ROBERTS-BRESLIN, Jan. <b>Produção de imagem e som.</b> 2ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2009.	
	RODRIGUES, Chris. <b>O cinema e a produção.</b> 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.	

HISTÓRIA DA ARTE I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Arte, estética e história. Movimentos artísticos na história: arte clássica, renascimento, barroco, rococó, neoclássico, romantismo, realismo romântico, impressionismo. A tradição artística ocidental baseada em uma cultura de imagens específicas.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
BELL, Julian. <b>Uma nova história da arte.</b> São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.	DONDIS, Donis A. <b>Sintaxe da linguagem visual.</b> 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.	
GOMBRICH, E. H. <b>A história da arte.</b> Rio de Janeiro: LTC, 2006.	FRANCASTEL, Pierre. <b>Pintura e sociedade.</b> São Paulo: Martins Fontes, 1990.	
HAUSER, Arnold. <b>História social da arte e da literatura.</b> São Paulo: Martins Fontes, 1995.	JANSON, H. W.; JANSON, Anthony F. <b>Iniciação à história de arte.</b> 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.	
	WOLFFLIN, Heinrich. <b>Conceitos fundamentais da história da arte:</b> o problema da evolução dos estilos na arte mais recentes. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.	

LÍNGUA PORTUGUESA I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Processo de comunicação verbal. Padrões da norma culta da língua portuguesa. Questões gramaticais. Intelecção de textos.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

BECHARA, Evanildo. <b>Moderna gramática portuguesa</b> . 37. ed., rev., ampl. e atual. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lucerna, 2009.	ABREU, Antônio Suárez. <b>Curso de redação</b> . 12. ed. São Paulo: Ática, 2004.
FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. <b>Para entender o texto: leitura e redação</b> . 17. ed. São Paulo: Ática, 2010.	FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. <b>Lições de texto: leitura e redação</b> . 5. ed. São Paulo: Ática, 2010.
GUIMARÃES, Elisa. <b>A articulação do texto</b> . 10. ed. São Paulo: Ática, 2011.	SARAMAGO, José. <b>As intermitências da morte: romance</b> . São Paulo: Cia das Letras, 2005.
	VANOYE, Francis. <b>Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita</b> . 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

LINGUAGEM FOTOGRÁFICA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Técnicas de fotografia, técnicas de revelação, processamento e seleção de imagens.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
DONDIS, Donis A. <b>Sintaxe da linguagem visual</b> . 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.	HEDGE COE, John. <b>O novo manual de fotografia</b> . 4. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2013.	
TRIGO, Thales. <b>Equipamento fotográfico: teoria prática</b> . 6. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2015.	MARTINS, Nelson. <b>Fotografia: da analógica à digital</b> . Rio de Janeiro: Senac, 2014.	

SOCIOLOGIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> As origens da sociologia. A constituição da sociologia como ciência. Teorias sociológicas clássicas: Durkheim, Marx e Weber. A sociologia no mundo contemporâneo: as transformações na sociedade, os riscos sociais, econômicos e políticos.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
CASTELLS, Manuel. <b>Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet</b> . Rio de Janeiro: Zahar, 2013.	AGAMBEN, Giorgio. <b>Homo sacer: o poder soberano e a vida nua I</b> . Belo Horizonte: UFMG, 2004.	
MARX, Karl. <b>O capital: crítica da economia política: livro primeiro: o processo de produção do capital</b> . São Paulo: Nova Cultural, 1996.	FOUCAULT, Michel. <b>Vigiar e punir: nascimento da prisão</b> . 41. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.	
RODRIGUES, José Albertino (org.). <b>Émile Durkheim: sociologia</b> . 9. ed. São Paulo: Ática,	GUIMARÃES, Antônio Sérgio A. <b>Racismo e antirracismo no Brasil</b> . 3. ed. São Paulo: 34, 2009.	
	HARVEY, David. <b>Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural</b> . 24. ed.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

2008.	São Paulo: Loyola, 2013.  WEBER, Max. <b>Ciência e política</b> : duas vocações. 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2011.
-------	--

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO I		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Comunicação e Semiótica. Teoria geral dos signos. Tecnologias da Comunicação aplicadas à Arte.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
CHALHUB, Samira. <b>Funções da linguagem</b> . 12. ed. São Paulo: Ática, 2006.	FOUCAULT, Michel. <b>As palavras e as coisas</b> : uma arqueologia das ciências humanas. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.	
FERRARA, Lucrécia D' Aléssio. <b>Leitura sem palavras</b> . 5. ed. São Paulo: Ática, 2007.	HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). <b>Teorias da comunicação</b> : conceitos escolas e tendências. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.	
SANTAELLA, Lúcia. <b>Semiótica aplicada</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2008.	MATTELART, Armand. <b>História das teorias da comunicação</b> . 5. ed. São Paulo: Loyola, 2002.	
.	MCLUHAN, Marshall. <b>Os meios de comunicação como extensões do homem</b> . 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.	

LEGISLAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Reflexão sobre o que é o Direito e entendimento de como o Estado regula as relações sociais. Compreensão dos direitos, deveres e garantias fundamentais. Estudo dos Direitos Autorais e das normas relacionadas à propriedade intelectual. Estabelecimentos de relações entre publicidade abusiva e o direito do consumidor.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
COSTA NETTO, José Carlos. <b>Direito autoral no Brasil</b> . 2. ed., rev., ampl. e atual. São Paulo: FTD, 2008.	FRANCISCO, Pedro Augusto P; VALENTE, Mariana Giorgetti (Org.). <b>Da rádio ao streaming</b> : Ecad, direito autoral e música no Brasil. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2016.	
FERNANDES NETO, Guilherme. <b>Cláusulas, práticas e publicidades abusivas</b> : o abuso do direito no código civil e no código de defesa do consumidor. São Paulo: Atlas, 2012.	SANTOS, Manoel Joaquim Pereira dos (Coord.). <b>Direito de autor e direitos fundamentais</b> . São Paulo: Saraiva, 2011.	
	SCHREIBER, Anderson (Coord.). <b>Direito e mídia</b> . São Paulo: Atlas, 2013.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 2º Semestre

ANÁLISE DA IMAGEM II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Teorias sobre a imagem. Imagem e ideologia. O problema da perspectiva na formação da ideia de sujeito e objeto. Alegoria e símbolo. Mímeses e os novos rumos da figuração.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
FLUSSER, Vilém. <b>Filosofia da caixa preta:</b> ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.	SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. <b>Imagem:</b> cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2010.	
FLUSSER, Vilém. <b>O universo das imagens técnicas:</b> elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.	GRAU, Oliver. <b>Arte virtual: da ilusão à imersão.</b> São Paulo: Unesp, c2005.	
BARTHES, Roland. <b>A câmara clara: nota sobre a fotografia.</b> Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.	NEIVA JÚNIOR, Eduardo. <b>A imagem.</b> São Paulo: Ática, 1994.	
	PARENTE, André (Org.). <b>Imagem-máquina:</b> a era das tecnologias do virtual. 3 ed. São Paulo: Editora 34, 1999.	
	MACHADO, Arlindo. <b>Máquina e imaginário:</b> o desafio das poéticas tecnológicas. 3 ed. São Paulo: Edusp, 2001.	

COMUNICAÇÃO E MERCADO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Mercado como realidade estrutural da sociedade do capitalismo avançado. Impacto desta realidade na comunicação social. Comunicação como produto. Sofisticação da oferta e da demanda. Tecnologias de mercado na comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Básica:</b>	
BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. <b>Uma história social da mídia:</b> de Gutenberg à internet. 2. ed, rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.	ANDERSON, Chris. <b>A cauda longa:</b> do mercado de massa para o mercado de nicho. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.	
CASTELLS, Manuel. <b>A sociedade em rede.</b> 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.	BURGESS, Jean; GREENE, Joshua. <b>You tube e a revolução digital:</b> como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.	
TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. <b>Wikinomics:</b> como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.	EPSTEIN, Edward Jay. <b>O grande filme:</b> dinheiro e poder em Hollywood. São Paulo: Summus, 2008.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	LEMOS, Ronaldo. <b>Direito, tecnologia e cultura.</b> Rio de Janeiro: FGV, 2005.  SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. <b>O século dourado: a comunicação eletrônica nos EUA.</b> São Paulo: Summus, c1995.
--	--

CINEMA E VÍDEO II - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Fundamentação das técnicas de edição das mensagens, para a transformação da linguagem criativa em linguagem de cinema e vídeo para internet e novas mídias.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
MCKEE, Robert. <b>Story:</b> substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Art&Letra, 2018.  PRIEBE, Ken A. <b>The advanced of stop motion.</b> 2 ed. Boston: Cengage, 2013.  XAVIER, Adison. <b>Storytelling Histórias que deixam marcas.</b> Rio de Janeiro: Best Business 2015.	TARNOCZY JUNIOR, Ernesto. <b>A arte da composição.</b> Santa Catarina: iPhoto, 2013.	

ESTUDOS CULTURAIS		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> O lugar da cultura na atualidade. Papel da cultura na definição de identidades. Cultura como articuladora entre diferentes esferas culturais. Questões étnico-raciais.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
EAGLETON, Terry. <b>A ideia de cultura.</b> 2 ed. São Paulo: Editora Unesp, 2003.  ELIOT, T. S. <b>Notas para uma definição de cultura.</b> São Paulo: Perspectiva, 2016.  ELIAS, Norbert. <b>O processo civilizador.</b> 2. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2011.	DALRYMPLE, Theodore. <b>Não com um estrondo, mas com um gemido:</b> a política e a cultura de declínio. São Paulo: É Realizações, 2016.  FINKIELKRAUT, Alain. <b>A derrota do pensamento.</b> 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.  KIMBALL, Roger. <b>Experimentos contra a realidade:</b> o destino da cultura na pós-modernidade. São Paulo: É Realizações, 2016.  THOMPSON, John B. <b>A mídia e a modernidade:</b> uma teoria social da mídia. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	SLOTTERDIJK, Peter. <b>O desprezo das massas: ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna.</b> São Paulo: Estação Liberdade, c2002.
--	---

HISTÓRIA DA ARTE II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Arte como expressão social nos momentos históricos e das rupturas estéticas. Tendências da arte contemporânea. Perspectivas da arte brasileira.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
DEMPSEY, Amy. <b>Estilos, escolas e movimentos:</b> guia enciclopédico da arte moderna. 2. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2010.	AGRA, Lucio. <b>História da arte do século XX:</b> ideias e movimentos. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.	
STANGOS, Nikos (Org.). <b>Conceitos da arte moderna:</b> com 123 ilustrações. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.	CHIPP, Herschel Browning. <b>Teorias da arte moderna.</b> 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.	
ARGAN, Giulio Carlo. <b>Arte Moderna:</b> do iluminismo aos movimentos contemporâneos. 2 ed. São Paulo: Cia das Letras, 2008.	FREIRE, Cristina. <b>Arte conceitual.</b> Rio de Janeiro: J. Zahar, c2006.	
	LUCIE-SMITH, Edward. <b>Os movimentos artísticos a partir de 1945.</b> São Paulo: Martins Fontes, 2006.	
	READ, Herbert Edward Sir,. <b>Uma história da pintura moderna.</b> São Paulo: Martins Fontes, 2001.	

ESTATÍSTICA I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Organização e Resumo de Dados. Correlação e Regressão Linear. Estatística no Excel. Probabilidades. Distribuição de Probabilidades e Esperança.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. <b>Estatística</b> . 2 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2002.	TRIOLA, Mario F. <b>Introdução à estatística</b> . 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.
VIEIRA, SONIA; HOFFMANN, Rodolfo, colab. <b>Elementos de estatística</b> . 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.	BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro A. <b>Estatística básica</b> . 4. ed. São Paulo: Atual, 1987.
LEVIN, Jack; COSTA, Sergio Francisco, trad. <b>Estatística aplicada a ciencias humanas</b> . 2. ed. São Paulo: HARBRA, 1987.	

FOTOGRAFIA APLICADA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Tendências da produção fotográfica. Treinamento prático utilizando câmera digital e estúdio. Reflexões presentes na construção do campo.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
ANG, Tom. <b>Fotografia digital</b> : uma introdução. 3 ed.. São Paulo: SENAC, 2007.	DAVIS, Harold. <b>Iluminação criativa</b> : truques e técnicas para fotógrafos. Balneário Camboriú: Photos, 2015.	
GREY, Christopher. <b>Iluminação em estúdio</b> : técnicas e truques para fotógrafos digitais. Balneário Camboriú: Editora Photos, 2012.	HUNTER, Fil; BIVER, Steven; FUQUA, Paul. <b>Luz, ciência &amp; magia</b> : guia de iluminação fotográfica. 3. ed., rev. e ampl. Balneário Camboriú: Photos, 2014.	
LEITE, Enio. <b>Fotografia digital</b> : aprendendo a fotografar com qualidade. 4. ed. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2017.		

MARKETING I - CONCEITOS BÁSICOS		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceito de Marketing e sua evolução histórica. Marketing como filosofia de negócios. Conceitos fundamentais do sistema de Marketing. Visão moderna e responsável do campo.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de marketing</b> . 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.	KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. <b>Marketing 3.0</b> : as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, c2010.	
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de marketing</b> . 15. ed. São Paulo: Pearson, c2015	RIES, Al; TROUT, Jack. <b>Posicionamento</b> : a batalha por sua mente. São Paulo: M. Books, 2009.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

LÍNGUA PORTUGUESA II	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Comunicação. Técnicas de leitura, interpretação de textos e redação. Norma-padrão e questões gramaticais. Organização macroestrutural e microestrutural do texto.	
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>
BULHÕES, Marcelo Magalhães. <b>A ficção nas mídias:</b> um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais. São Paulo: Ática, 2009.	FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. <b>Lições de texto:</b> leitura e redação. 5. ed. São Paulo: Ática, 2010.
CHALHUB, Samira. <b>Funções da linguagem.</b> 12 <sup>a</sup> . São Paulo: Ática, 2006.	HOLLANDA, Francisco Buarque de. <b>Budapeste:</b> romance. 2. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2003.
GARCIA, Othon M. <b>Comunicação em prosa moderna:</b> aprenda a escrever, aprendendo a pensar. 26. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.	KADOTA, Neiva Pitta. <b>A construção da linguagem:</b> introdução à lingüística, semiótica e comunicação. 2. ed. São Paulo: LCTE, 2013.
	KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. <b>A coesão textual.</b> 13. ed. São Paulo: Contexto, 2000.
RÁDIO I - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> História e evolução do rádio. Linguagem radiofônica. Conceitos sonoros e de produção em ambientes analógico e digital. O comercial de rádio. Trilhas e efeitos sonoros. Contextualizar a importância do material sonoro nas diversas produções de mídias e/ou suportes digitais. Criação, produção, gravação e edição de spots e jingles. Tendências do meio.	
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>
FERRARETTO, Luiz Artur. <b>Rádio:</b> teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014.	BARBOSA FILHO, André. <b>Gêneros radiofônicos:</b> os formatos e os programas em áudio. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
PRADO, Magaly. <b>História do rádio no Brasil.</b> São Paulo: Livros de Safra, c2012.	SILVA, Julia Lúcia de Oliveira Albano da. <b>Rádio oralidade mediatizada:</b> o spot e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 2007.
	LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. <b>Manual urgente para radialistas apaixonados.</b> São Paulo: Paulinas, 2004.
SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Teorias sociológicas da comunicação. Elementos para a análise do fenômeno da comunicação. Universo simbólico das sociedades.	





## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BAHIA, R.. <b>Das Luzes à desilusão:</b> o conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.</p> <p>BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. <b>A construção social da realidade:</b> tratado de sociologia do conhecimento. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.</p> <p>BRETON, Philippe; PROULX, Serge. <b>Sociologia da comunicação.</b> 4. ed. São Paulo: Loyola, 2013</p>	<p>CAMPBELL, Colin. <b>A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.</b> Rio de Janeiro: Rocco, 2001.</p> <p>GIDDENS, Anthony. <b>Capitalismo e moderna teoria social.</b> 6. ed Lisboa: Presença, 2005.</p> <p>HESELBEIN, Frances et al. <b>A comunidade do futuro.</b> 2. ed. São Paulo: Futura, 2001.</p> <p>SODRÉ, Muniz. <b>Claros e escuros:</b> identidade, povo e mídia no Brasil. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.</p>

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Semiótica e Semiosfera. Arte Aplicada, comunicação e tecnologia. Modernidade e cultura de massa. Pós-Modernidade.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>MORIN, Edgar. <b>Cultura de massas no século XX:</b> o espírito do tempo: neurose e necrose. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.</p> <p>SODRÉ, Muniz. <b>Antropológica do espelho:</b> uma teoria da comunicação linear e em rede. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.</p>	<p>MACHADO, Irene A. (Org.). <b>Semiótica da cultura e semiosfera.</b> São Paulo: Annablume, 2007.</p> <p>DEBORD, Guy. <b>A sociedade do espetáculo:</b> comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.</p> <p>THOMPSON, John B. <b>A mídia e a modernidade:</b> uma teoria social da mídia. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.</p> <p>JENKINS, Henry. <b>Cultura da convergência.</b> 2. ed., ampl. e atual. São Paulo: Aleph, c2008.</p> <p>BAUDRILLARD, Jean. <b>Tela total:</b> mito-ironias do virtual e da imagem. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.</p>	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 3º Semestre

DESIGN GRÁFICO E DIGITAL I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Sistemas de cores. Sistemas de impressão. Tipos de papel. Estudos dos tipos. Fundamentos do Design Gráfico e Digital.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
FALLEIROS, Dario Pimentel. <b>O mundo gráfico da informática.</b> São Paulo: Futura, 2003.		CESAR, Newton. <b>Direção de arte em propaganda.</b> 10 ed. Brasília: SENAC, 2011.
FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; DORINHO (Ilustrador). <b>Psicodinâmica das cores em comunicação.</b> 6. ed. São Paulo: Editora Blücher, 2011.		GUIMARÃES, Luciano. <b>A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores.</b> 3 ed. São Paulo: Annablume, 2004.

ESTÉTICA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Teorias estéticas clássicas. Fundamentos da Estética. Uma abordagem sobre os principais conceitos de Estética ao longo da História da Arte.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
ABBAGNANO, Nicola. <b>Dicionário de filosofia.</b> 5. ed., rev. e ampl. São Paulo: Martins Fontes, 2007.		BORNHEIM, Gerd A (Org.). <b>Os filósofos pré-socráticos.</b> 19. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.
CAMPBELL, Joseph. <b>O herói de mil faces.</b> São Paulo: Pensamento, Cultrix, 2010.		GOETHE, Johann Wolfgang von. <b>Fausto.</b> 2. ed. São Paulo: 34, 2014.
PLATÃO. <b>A república.</b> Fortaleza: UFC, 2009.		MITHEN, Steven J. <b>A pré-história da mente: uma busca das origens da arte, da religião e da ciência.</b> São Paulo: UNESP, 2003.
		PEVSNER, Nikolaus Sir,. <b>Academias de arte: passado e presente.</b> São Paulo: Cia das Letras, 2005.
		VERNANT, Jean Pierre; VIDAL-NAQUET, Pierre. <b>Mito e tragédia na Grécia Antiga.</b> São Paulo: Perspectiva, 1999.

FILOSOFIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Os grandes sistemas de ideias, em eixo histórico e conceitual com ênfase nas principais correntes do pensamento contemporâneo.		



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BACON, Francis, 1561-1626. <b>Novum organum ou verdadeiras indicações acerca da interpretação da natureza</b>: Nova Atlântida. São Paulo: Nova Cultural, 1999.</p> <p>HELPERICH, Christoph. <b>História da filosofia</b>. São Paulo: Martins Fontes, 2006.</p> <p>SMITH, Barbara Herrnstein. <b>Crença e resistência</b>: a dinâmica da controvérsia intelectual contemporânea. São Paulo: UNESP, 2002.</p>	<p>ARMSTRONG, Karen. <b>Breve história do mito</b>. São Paulo: Cia das Letras, 2005.</p> <p>DUMONT, Jean-Paul. <b>Elementos de história da filosofia antiga</b>. Brasília: UnB, 2004.</p> <p>HUXLEY, Aldous. <b>Admirável mundo novo</b>. São Paulo: Mediafashion, 2016.</p> <p>LA ROCHEFOUCAULD, François duc de. <b>Reflexões ou sentenças e máximas morais</b>. São Paulo: Penguim, Companhia das Letras, 2014.</p> <p>MACHIAVELLI, Niccolo. <b>O príncipe</b>. 4. ed., rev. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.</p>

LÍNGUA PORTUGUESA III	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Usos da Língua Portuguesa na comunicação de massa. Elementos para análise de discurso. Linguística.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BARTHES, Roland. <b>Aula</b>: aula inaugural da cadeira de semiologia literária do colégio de França. 15. ed. São Paulo: Cultrix, 2011.</p> <p>CITELLI, Adilson. <b>Linguagem e persuasão</b>. 16. ed., rev. e atual. São Paulo: Ática, 2005.</p> <p>FIORIN, José Luiz. <b>Linguagem e ideologia</b>. 8. ed., rev. e atual. São Paulo: Ática, 2005.</p>	<p>ABREU, Antônio Suárez. <b>A arte de argumentar</b>: gerenciando razão e emoção. 13. ed., ampl. São Paulo: Ateliê, 2009.</p> <p>BAKHTIN, M. M. <b>Marxismo e filosofia da linguagem</b>: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1992.</p> <p>CALVINO, Italo. <b>Seis propostas para o próximo milênio</b>: lições americanas. 3. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2003.</p> <p>CITELLI, Adilson. <b>O texto argumentativo</b>. São Paulo: SCIPIONE, 1994.</p> <p>MAINGUENEAU, Dominique. <b>Análise de textos de comunicação</b>. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.</p>

ESTATÍSTICA II	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Distribuição Normal. Amostragem. Erro Padrão. Estimção e Cálculo do Tamanho da Amostra.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Testes de Hipóteses. Estatística no Excel.	
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>
PINHEIRO, João Ismael D. et al. <b>Estatística básica: a arte de trabalhar com dados.</b> Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2009.	LEVIN, Jack; FOX, James Alan; FORDE, David R. <b>Estatística para ciências humanas.</b> 11. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
BRUNI, Adriano Leal. <b>Estatística aplicada à gestão empresarial.</b> 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013.	

<b>ESTRATÉGIAS EXECUTIVAS DE COMUNICAÇÃO</b>	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceitos e estratégias de empreendedorismo na área de comunicação. Relacionamento comercial. Produtos de comunicação.	
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>
CHIAVENATO, Idalberto. <b>Administração para não administradores: a gestão de negócios ao alcance de todos.</b> 2. ed., rev. e atual. Barueri: Manole, 2011.	DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.</b> 5. ed. Rio de Janeiro: Gen, LTC, 2014.
SAMPAIO, Rafael. <b>Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso / Rafael Sampaio.</b> 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.	RIES, Eric. <b>A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas.</b> São Paulo: Leya, 2012.

<b>MARKETING II - ESTRATÉGIAS DE PRODUTOS E MARCAS</b>	Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Produto: conceito, classificações, estratégias de diferenciação, ciclo de vida do produto e as estratégias para cada estágio, análise do portfólio de produtos, conceito de serviço e suas particularidades. Marcas: conceito, histórico da utilização de marcas, gerência de marcas no contexto da organização, posicionamento de marca e elementos de identidade da marca.	
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de marketing.</b> 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.	KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. <b>Gestão estratégica de marcas.</b> São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
CALDER, Bobby J; TYBOUT, Alice M. (Org.). <b>Marketing.</b> São Paulo: Saraiva, 2014.	KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. <b>Marketing 4.0: do tradicional ao digital.</b> Rio de Janeiro: Sextante, c2017.



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO III		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> As diferentes abordagens no processo comunicacional. Os diferentes mecanismos de controle e manipulação no uso dos meios de Comunicação.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BAUMAN, Zigmunt. <b>Modernidade Líquida</b> . São Paulo: Jorge Zahar, 2001.	DEBORD, Guy. <b>A sociedade do espetáculo</b> : comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.	
MCLUHAN, Marshall. <b>Os meios de comunicação como extensões do homem</b> . 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.	ECO, Umberto. <b>Apocalípticos e integrados</b> . 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.	
MORAES, Dênis de (Org.). <b>Por uma outra comunicação</b> : mídia, mundialização cultural e poder. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.	ENZENSBERGER, Hans Magnus. <b>Elementos para uma teoria dos meios de comunicação</b> . São Paulo: Conrad, 2003.	
	FLUSSER, Vilém. <b>Filosofia da caixa preta</b> : ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.	

TEORIAS SOCIAIS DO BRASIL		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Brasil Colonial. Formação do Brasil Moderno. Estado-nação. Identidade Nacional. Análises sociológicas, histórica e cultural. Discussão de autores como Gilberto Freire, Roberto da Matta, entre outros.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
FREYRE, Gilberto. <b>Casa-grande &amp; senzala</b> : formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. São Paulo: Global, 2006.	DAMATTA, Roberto. <b>Carnavais, malandros e heróis</b> : para uma sociologia do dilema brasileiro. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.	
HOLANDA, Sérgio Buarque de. <b>Raízes do Brasil</b> . 26. ed. São Paulo: Cia das Letras, 1995.	MORAES, Mário Sérgio de. <b>O ocaso da ditadura</b> : caso Herzog. São Paulo: Barcarolla, 2006.	
RIBEIRO, Darcy. <b>O povo brasileiro</b> : a formação e o sentido do Brasil. 3. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2008.	NABUCO, Joaquim. <b>O abolicionismo</b> : conferências e discursos abolicionistas. São Paulo: Instituto Progresso Editorial, 1949.	
	PRADO JÚNIOR, Caio. <b>Formação do Brasil contemporâneo</b> : colônia. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.	
	RATTNER, Henrique (Org.). <b>Brasil no limiar do século XXI</b> : alternativas para a construção de uma	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	sociedade sustentável. São Paulo: Edusp, 2000
--	---

RÁDIO II - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA		Carga Horária: 36h/a
<b>Ementa:</b> O áudio diante da digitalização. Segmentação da mensagem. Perfis de público e pesquisas quantitativas e qualitativas sobre rádio e produção de áudio. Criação e produção de programetes e podcasts. Processos de montagem das peças publicitárias. Apresentação e defesa de projetos, a partir de clientes e emissoras de rádio reais.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>
HAUSMAN, Carl et al. <b>Rádio:</b> produção, programação e performance. 8.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.		PRADO, Emilio. <b>Estrutura da informação radiofônica.</b> 5. ed. São Paulo: Summus, c1985.
PRADO, Magaly. <b>Produção de rádio:</b> um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.		MCLEISH, Robert. <b>Produção de rádio:</b> um guia abrangente de produção radiofônica. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, c1999.

### 4º Semestre

COMUNICAÇÃO E HIPERMÍDIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> A linguagem hipermediática e a diversidade dos meios digitais. Conceitos relacionados à hipermissão. Formação de comunidades virtuais bem como as redes sociais e sua aplicabilidade no campo da comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>
JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. <b>Cultura da conexão:</b> criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.		DIAS VILELA, M. <b>A grade de programação ainda prende alguém? Apontamentos sobre a Social TV nas redes sociais.</b> Comuni. 2017.
SANTAELLA, Lúcia. <b>Culturas e artes do pós-humano:</b> da cultura das mídias à cibercultura. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010.		
JENKINS, Henry. <b>Cultura da convergência.</b> 2. ed., ampl. e atual. São Paulo: Aleph, c2008.		

BRANDING ENTERTAINMENT		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceitos e técnicas na elaboração de planejamento para os diversos tipos de convergências com sua gestão e organização. Técnicas que possibilitem avaliar e desenvolver iniciativas de Branded Content.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

DONATON, Scott. <b>Madison &amp; vine: why the entertainment and advertising industries must converge to survive.</b> New York: McGraw-Hill, c2004	ANDERSON, Chris. <b>A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho.</b> 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
LEHU, Jean-Marc. <b>Branded entertainment: product placement &amp; brand strategy in the entertainment business.</b> London: Kogan Page, 2007.	SCHMITT, Bernd. <b>Marketing experimental: sua empresa e suas marcas conquistando o sentir e o pensar, o agir e o identificar-se dos clientes.</b> São Paulo: Nobel, 2000.

FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> A condição do homem contemporâneo, com ênfase nos aspectos moral, social, filosófico e comunicacional.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
FREUD, Sigmund. <b>O futuro de uma ilusão; O mal-estar na civilização e outros trabalhos.</b> Rio de Janeiro: Imago, 2006.	DEBORD, Guy. <b>A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo.</b> Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.	
MACHIAVELLI, Niccolo. <b>O príncipe.</b> 4. ed., rev. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.	OAKESHOTT, Michael. <b>Sobre a História.</b> São Paulo: Topbooks, 2003.	
WRIGHT, Robert. <b>O animal moral: por que somos como somos : a nova ciência da psicologia evolucionista.</b> Rio de Janeiro: Campus, 1996.	RODRIGUES, Nelson. <b>A vida como ela é.</b> Rio de Janeiro: Agir, 2006.	
	SARTORI, G.. <b>Homo videns.</b> Bauru (SP): Edusc, 2001.	

LITERATURA E DRAMATURGIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Teorias dos gêneros. Princípios de composição do texto literário. Composição de repertório literário universal para a compreensão do mundo e para a crítica literária.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
ROSENFELD, Anatol. <b>Prismas do teatro.</b> São Paulo: Perspectiva, 1993.	GUERRERO ZAMORA, Juan. <b>Historia del teatro contemporaneo.</b> Barcelona: Juan Flors, 1961.	
_____. <b>O teatro épico.</b> 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.	IONESCO, Eugene. <b>O rinoceronte: peça em três atos e quatro quadros.</b> Rio de Janeiro: Agir, 2001.	
SZONDI, Peter. <b>Teoria do drama moderno: [1880-1950].</b> 2 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2011.	RIPELLINO, Angelo Maria. <b>Maiakóvski e o teatro de vanguarda.</b> São Paulo: Perspectiva, 1971.	
	SHAKESPEARE, William. <b>O rei Lear.</b> Porto Alegre:	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	L&PM Pocket, 2015.  SZONDI, Peter. <b>Teoria do drama burguês</b> : [século XVIII]. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
--	---

POLÍTICA CULTURAL E MÍDIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Relação entre política e cultura. Conceitos de cultura presentes nas formas de política cultural. Políticas de Estado e de governo presentes nos vários períodos históricos no Brasil.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
ALMEIDA, Cândido José Mendes de (Org.). <b>Cultura brasileira ao vivo</b> : cultura e dicotomia. Rio de Janeiro: Imago, 2001.  BRANT, Leonardo (org). <b>Políticas culturais</b> . Barueri: Manole, 2003.  HARRISON, Lawrence E; HUNTINGTON, Samuel P (Org.). <b>A cultura importa</b> : os valores que definem o progresso humano. Rio de Janeiro: Record, 2002.	COELHO, Teixeira. <b>Dicionário crítico de política cultural</b> : cultura e imaginário. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2004.  ELIAS, Norbert. <b>A sociedade de corte</b> : investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.  COELHO, Teixeira. <b>Cultura e estado</b> : a política cultural na França, 1955-2005. São Paulo: Iluminuras, 2012.  NASSIF, Luís. <b>Os cabeças-de-planilha</b> : como o pensamento econômico da era FHC repetiu os equívocos de Rui Barbosa. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.  OLIVIERI, Cristiane Garcia; NATALE, Edson (Org.). <b>Guia brasileiro de produção cultural</b> : 2013-2014. São Paulo: Sesc, 2013.	

PSICOLOGIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Os fundamentos e a evolução da Psicologia. As áreas de conhecimento da Psicologia. As principais concepções teóricas da psicologia na atualidade. Os principais temas teóricos de Psicologia.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
FIGUEIREDO, Luís Cláudio M.; SANTI, Pedro Luiz Ribeiro de. <b>Psicologia</b> : uma (nova) introdução : uma visão histórica da psicologia como ciência. 3. ed. São Paulo: EDUC, 2008.  SHEEHY, Noel. <b>50 Grandes Psicólogos</b> . São Paulo: Contexto, 2006.	DARTIGUES, André. <b>O que É a fenomenologia</b> . 10. ed. São Paulo: Centauro, 2008.  FREUD, Sigmund. <b>A interpretação dos sonhos</b> . São Paulo: Folha de S.Paulo, Levoir, 2010  JUNG, C. G (Org.). <b>O homem e seus símbolos</b> . 2.	





## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

WEITEN, Wayne. <b>Introdução à psicologia:</b> temas e variações. São Paulo: Pioneira, 2002	ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.  MOSCOVICI, Serge. <b>Representações sociais:</b> investigações em psicologia social. 6. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.  SKINNER, B. F. <b>Ciência e comportamento humano.</b> 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003
---	--

DESIGN GRÁFICO E DIGITAL II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Técnicas de design e diagramação. Editoração final. Soluções estéticas para peças gráficas e digitais.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
HORIE, Ricardo Minoru. <b>Arte-finalização:</b> preparação e fechamento de arquivos PDF. São Paulo: Érica, 2008.	HELLER, Steven; VIENNE, Véronique. <b>100 ideias que mudaram o design gráfico.</b> São Paulo: Rosari, 2013.	
LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. <b>Novos fundamentos do design.</b> São Paulo: Cosac & Naify, 2008.	ANDRADE, Marcos Serafim de. <b>Adobe InDesign CS6.</b> São Paulo: SENAC, 2013.	

MARKETING III - COMUNICAÇÃO INTEGRADA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceito de Comunicação Integrada de Marketing. Planejamento de Comunicação Integrada de Marketing. Mix de Comunicação Promocional. Legislação Promocional. Programa de Incentivo de vendas, Merchandising Planejamento de Marketing Promocional.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
FERRELL, O.C; HARTLINE, Michel D. <b>Estratégia de marketing:</b> teoria e casos. São Paulo: Cengage Learning, c2017.	KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de marketing.</b> 14 ed. São Paulo: Pearson, 2012.	
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. <b>Comunicação de marketing:</b> integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo: Cengage Learning, 2012.	STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. <b>Compras por impulso!</b> : trade marketing, merchandising e o poder da comunicação e do design no varejo. Teresópolis: ZAB, 2011.	

PESQUISA I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceituação de pesquisa mercadológica. Métodos quantitativos. Coordenação, planejamento e execução de pesquisas mercadológicas. Processamento e interpretação de dados. Aferição de resultados.		



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>
SHIRAISHI, Guilherme; SHIRAISHI, Guilherme (Org.). <b>Pesquisa de marketing</b> . São Paulo: Pearson, 2012.	AAKER, David A.; KUMAR, V; DAY, George S. <b>Pesquisa de marketing</b> . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
VIRGILLITO, Salvatore Benito (Org.). <b>Pesquisa de marketing</b> : uma abordagem quantitativa e qualitativa. São Paulo: Saraiva, 2010.	MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger H. <b>Pesquisa de marketing</b> . São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

<b>REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA I</b>		Carga Horária: 36h/a
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento de elementos do processo criativo para elaboração de textos publicitários.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
CARRASCOZA, João Anzanello. <b>Redação publicitária</b> : estudos sobre a retórica do consumo. 4. ed. São Paulo: Futura, 2003.	HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. <b>Redação publicitária</b> : pra cursos de comunicação, publicidade e propaganda. Rio de Janeiro: Campus, 2004.	
MARTINS, Zeca. <b>Redação publicitária</b> : a prática na prática. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.	OGILVY, David. <b>Confissões de um publicitário</b> . 8. ed., rev. São Paulo: Bertrand Brasil, 2013.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 5º Semestre

COMUNICAÇÃO COMPARADA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Formas de representação na modernidade. Gêneros estéticos e de suas relações com a matéria histórica. Comunicação e sociedade. Linguagens e símbolos. Estética e tecnologia		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
FEIJÓ, Martin César. <b>O que é política cultural?</b> . 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.	FREUD, Sigmund. <b>O mal-estar na cultura</b> . Porto Alegre: L&PM Pocket, 2011.	

COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Religiões como sistemas de sentido. Interação entre religiões, mídia e teorias da comunicação. O espectro religioso nacional e internacional e sua relação com os meios de comunicação		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
ELIADE, Mircea. <b>Tratado de história das religiões</b> . 4. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.	CAMPBELL, Heidi A. <b>When Religion Meets New Media</b> . New York: Routledge, 2010.	
GEERTZ, Clifford. <b>A interpretação das culturas</b> . Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1978.	HOOVER, Stewart M; CLARK, Lynn Schofield (Coord.). <b>Practicing religion in the age of the media: explorations in media, religion, and culture</b> . New York: Columbia University, 2002.	
SAGAN, Carl. <b>O mundo assombrado pelos demônios: a ciência vista como uma vela no escuro</b> . São Paulo: Cia das Letras, 2006.	HOOVER, Stewart M; LUNDBY, Knut. <b>Rethinking media, religion, and culture</b> . California: Sage, 1997.	
	TEIXEIRA, Faustino Luiz Couto (Org.). <b>A(s) ciência(s) da religião no Brasil: afirmação de uma área acadêmica</b> . 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2008.	

CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE I		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceitos básicos para diagramação e composição visual de peças publicitárias. Técnicas para criação e comunicação de marcas.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. <b>Fundamentos do design criativo</b> . 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.	LUPTON, Ellen. <b>Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes</b> . 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Cosac & Naify, 2013.	
LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. <b>Novos fundamentos do design</b> . São Paulo: Cosac &	ROBERTS, Kevin. <b>Lovemarks: o futuro além das marcas</b> . São Paulo: M. Books do Brasil, c2005.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Naify, 2008.  RIES, Al; RIES, Laura. <b>A origem das marcas:</b> descubra as leis naturais da inovação e da sobrevivência de produtos e empresas. São Paulo: M.Books do Brasil, 2006.	COSTA, Joan. <b>A imagem da marca:</b> um fenômeno social. São Paulo: Rosari, 2008.
---	---

MARKETING IV - POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE PREÇO E DISTRIBUIÇÃO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Princípios e estratégias de política de preços e suas variáveis. Transmitir, através de um enfoque prático e gerencial, os conceitos relativos às variáveis preços e distribuição do Marketing Mix, enfatizando as inter-relações com as demais variáveis e os fatores ambientais incontroláveis. Complementar com as variáveis de preços e distribuição do Marketing de Relacionamento.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
AJZENTAL, Alberto. <b>HPM:</b> história do pensamento em marketing. São Paulo: Saraiva, 2010.  BEULKE, Rolando; BERTÓ, Dalvio J. <b>Precificação:</b> = sinergia do marketing + finanças. São Paulo: Saraiva, 2009.	CALDER, Bobby J.; TYBOUT, Alice M. (Org.). <b>Marketing.</b> São Paulo: Saraiva, 2014.  ANDERSON, Chris. <b>Free: grátis:</b> o futuro dos preços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.	

GEOPOLÍTICA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Relações entre espaço e poder. Pensamento geopolítico. Estudo de fronteiras nacionais e internacionais. Relações comerciais e políticas atuais. Comunicação e poder.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. <b>Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet.</b> 2. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.  HOBSBAWM, E. J. <b>Era dos extremos: o breve século XX : 1914-1991.</b> 2. ed. São Paulo: Cia das Letras, 1994  MAGNOLI, Demétrio. <b>O mundo contemporâneo. Relações Internacionais 1945-2000.</b> São Paulo: Moderna, 1997.	BAUMAN, Zygmunt. <b>Globalização:</b> as consequências humanas. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.  BERMAN, Marshall. <b>Tudo que é sólido desmancha no ar:</b> a aventura da modernidade. 2. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2005.  ARRIGHI, Giovanni. <b>Adam Smith em Pequim: origens e fundamentos do século XXI.</b> São Paulo: Boitempo, 2008.  KAPLAN, Robert D. <b>A vingança da geografia:</b> a construção do mundo geopolítico a partir da	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	perspectiva geográfica. Rio de Janeiro: Campus, 2013.
--	---

MÍDIA I - FUNDAMENTOS E CONCEITOS		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Conceito e designação da Mídia. Cenário atual da mídia. Departamentos de mídia: pesquisa, planejamento, compras e controle de exibição. Características dos meios de comunicação. Perfil do Profissional de Mídia.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>
DORDOR, Xavier. <b>Mídia, mídia alternativa:</b> a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa. São Paulo: Nobel, 2007.		FRANZÃO NETO, Angelo. <b>Midialização:</b> o poder da mídia. São Paulo: Nobel, 2006.
VERONEZZI, José Carlos. <b>Mídia de A a Z:</b> conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.		TAMANAHA, Paulo. <b>Planejamento de mídia:</b> teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de Psicologia suscetíveis de aplicação no campo da comunicação. Formação do imaginário do receptor através da teoria.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>
DIDI-HUBERMAN, Georges. <b>Que emoção! Que emoção?.</b> São Paulo: Editora 34, 2016.		HARARI, Yuval N. <b>Sapiens:</b> uma breve história da humanidade. 46. ed. Porto Alegre: L & PM, 2019.
FREUD, Sigmund. <b>Psicologia das massas e análise do eu e outros textos (1920-1923).</b> São Paulo: Companhia das Letras, 2011.		KEHL, Maria Rita. <b>O tempo e o cão:</b> a atualidade das depressões. São Paulo: Boitempo, 2009.
ROUDINESCO, Elisabeth. <b>Por que a psicanálise?.</b> Rio de Janeiro: J. Zahar, 2000.		

PESQUISA II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Técnicas e métodos de pesquisas qualitativas. Técnicas e modos de aplicação da metodologia de pesquisa qualitativa.		
<b>Bibliografia Básica:</b>		<b>Bibliografia Complementar:</b>



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

SOLOMON, Michael R. <b>O comportamento do consumidor:</b> comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.	PINHEIRO, Roberto Meireles et al. <b>Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado.</b> 3. ed. São Paulo: FGV Management; FGV, 2006.
BAUER, Martin W; GASKELL, George. <b>Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:</b> um manual prático. 13 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.	SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. <b>Comportamento do consumidor:</b> conceitos e casos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Elaboração de personagens e narrativas no universo de atualidades associativas e suas adaptações as ferramentas de comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
XAVIER, Adilson. <b>Storytelling:</b> histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.	CURY, João Wady. <b>Enquanto eles choram, eu vendo lenços:</b> os acertos e erros do empresário Nizan Guanaes, que fez de seu grupo um dos maiores da propaganda mundial. Rio de Janeiro: Agir, 2014.	
CARRASCOZA, João Anzanello. <b>A evolução do texto publicitário:</b> a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. 8 ed. São Paulo: Futura, 2008.	VIEIRA, Stalimir. <b>Marca:</b> o que o coração não sente os olhos não vêem. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.	

TÉCNICAS DE ATENDIMENTO		Carga Horária: 36h/a
<b>Ementa:</b> Perfil do profissional de atendimento nas empresas de comunicação. Relacionamento com clientes. Técnicas de negociação. Estruturas de atendimento nas agências e nas assessorias. Posicionamento e decisões na área de atendimento. Treinamento do profissional na apresentação de campanhas e projeto ao cliente.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
FISHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. <b>Como chegar ao sim:</b> como negociar acordos sem fazer concessões. 3. ed., rev. e atual. Rio de Janeiro: Solomon, 2014.	LIMA, Agnaldo. <b>Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão do relacionamento.</b> São Paulo: Atlas, 2012.	
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <b>Excelência em atendimento ao cliente:</b> atendimento e serviço ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo. São Paulo: M. Books do Brasil, c2012.	MARTINS, Zeca. <b>Propagando é isso aí!</b> um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Saraiva, 2010.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 6º Semestre

CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE II		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Sistemas de cores e sistemas de impressão. Tipos de papel. Tipologia. Noções básicas de softwares gráficos. Conceitos básicos de diagramação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
RIBEIRO, Milton. <b>Planejamento visual gráfico</b> . 9 ed. Brasília: LGE, 2003.	MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. <b>História do design gráfico</b> . São Paulo: Cosac & Naify, 2009.	
LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. <b>Novos fundamentos do design</b> . São Paulo: Cosac & Naify, 2008.	HOLLIS, Richard. <b>Design gráfico: uma história concisa</b> . São Paulo: Martins Fontes, 2010.	

  

COMPORTAMENTO CONTEMPORÂNEO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Modernidade e Pós-modernidade. Experiência Urbana, Revolução Cultural, Esfera Pública e Democracia. Quarta Revolução Industrial. Tendências de consumo. Ética, política, estética.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
ANDERSON, Perry; PENCHEL, MARCUS. <b>As origens da pos-modernidade</b> . Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.	COUTINHO, João Pereira; PONDE, Luiz Felipe; ROSENFELD, Denis L. <b>Por que virei à direita</b> . São Paulo: Três Estrelas, 2012.	
BAUMAN, Zygmunt. <b>O mal-estar da pós-modernidade</b> . Rio de Janeiro: J. Zahar, 1998.		

  

CRÍTICA EM COMUNICAÇÃO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> O discurso e as práticas contemporâneas da comunicação. Reflexão crítica sobre o campo.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
HARARI, Yuval N. <b>Sapiens: uma breve história da humanidade</b> . 46. ed. Porto Alegre: L & PM, 2019.	MORIN, Edgar. <b>Introdução ao pensamento complexo</b> . 4 ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.	
DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. <b>O que é a filosofia?</b> . 2. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 1997.		

  

MARKETING V - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Fundamentos e elementos para a elaboração de um Planejamento de Marketing.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
CAMPOMAR, Marcos Cortez; IKEDA, Ana Akemi. <b>O planejamento de marketing e a confecção de</b>	KOTLER, Philip. <b>O marketing sem segredos</b> . Porto Alegre: Bookman, 2005.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p><b>planos:</b> dos conceitos a um novo modelo. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>SKACEL, Robert K. <b>Plano de marketing.</b> São Paulo: Nobel, c1992.</p> <p>KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. <b>A estratégia do oceano azul:</b> como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. 20. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.</p>	<p>PORTER, Michael E. <b>Competição = on competition.</b> Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, c2009.</p>
--	--

MÍDIA II - PESQUISA DE MÍDIA E FUNÇÃO NO PLANEJAMENTO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Comportamento social no consumo dos meios de comunicação. Critérios de classificação socioeconômica. Análise dos consumidores de marcas. A pesquisa de mídia: institutos, metodologia, periodicidade e aplicação no planejamento de mídia. Audiência: métodos e critérios de avaliação. Planejamento de mídia. O impacto da integração entre os ambientes off e online na compra de mídia.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
SHAVER, Mary Alice. <b>Como vender a mídia:</b> o marketing como ferramenta de venda do espaço publicitário. São Paulo: Nobel, 2002.	FERRARI, Pollyana (Org.). <b>Hipertexto, hipermídia:</b> as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2016.	
ULIN, Jeff. <b>The business of media distribution:</b> monetizing film, TV, and video content in an online world. 2. ed. New York: Focal Press, 2014	WOLK, Alan. <b>Over the top:</b> como a internet está mudando (aos poucos, mas definitivamente) a indústria da televisão. São Paulo: Nobel, Grupo de Mídia, 2016.	
	CORRÊA, Roberto. <b>Planejamento de propaganda.</b> 11. ed., rev. e ampl. São Paulo: Global, 2013.	

REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA III		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Apresentação de diversas linguagens criativas e sua aplicação nos meios de comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. <b>Cultura da conexão:</b> criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.	BARRETO, Tiago. <b>Vende-se em 30 segundos:</b> manual do roteiro para filme publicitário. 2 ed.. São Paulo: SENAC, 2010.	
XAVIER, Adilson. <b>Storytelling:</b> histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.	CARRASCOZA, João Anzanello. <b>Redação publicitária:</b> estudos sobre a retórica do consumo. 4. ed. São Paulo: Futura, 2003.	





## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

SEMINÁRIOS AVANÇADOS DE MARKETING		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Tópicos avançados em todas as linhas de pesquisa. Inserção de tópicos inovadores. Novas demandas de mercado. Tendências atuais.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
GALLOWAY, Scott. <b>Os quatro: Apple, Amazon, Facebook e Google.</b> Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.	CAMPOMAR, Marcos Cortez. <b>Marketing de verdade!</b> uma forma eficaz de usar o marketing a seu favor e aumentar seus resultados. São Paulo: Gente, c2011.	
KELLY, Kevin. <b>Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo.</b> Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.	SAYLOR, Michael. <b>The mobile wave: how mobile intelligence will change everything.</b> Boston: Da Capo Press, 2013.	

STORYTELLING E TRANSMÍDIA		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Introdução aos conceitos e técnicas de narrativas transmidiáticas. Oportunidades na cultura da convergência. Desenvolvimento de uma história para marcas em múltiplas plataformas de comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
MCSILL, James. <b>5 lições de storytelling:</b> fatos, ficção e fantasia. São Paulo: DVS, 2013.	SHIRKY, Clay. <b>A cultura da participação:</b> criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, c2011.	
JENKINS, Henry. <b>Cultura da convergência.</b> 2. ed., ampl. e atual. São Paulo: Aleph, c2008.	VOGLER, Christopher. <b>A jornada do escritor:</b> estruturas míticas para escritores. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.	
MARK, Margaret; PEARSON, Carol. <b>O herói e o fora da lei:</b> como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.		

TEORIA DO CONTEMPORÂNEO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Fundamentos para a apropriação dos principais debates teóricos da atualidade. Transformações sociais, mutações do capitalismo globalizado, questões ambientais. Discussões políticas e crise dos sujeitos clássicos.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
DALRYMPLE, Theodore. <b>A vida na sarjeta:</b> o círculo vicioso da miséria moral. São Paulo: É Realizações, 2015.	EAGLETON, Terry. <b>A Morte de Deus na Cultura.</b> Rio de Janeiro: Record, 2016.	
STRAUSS, Leo. <b>Uma introdução à filosofia política:</b> dez ensaios. São Paulo: É	ELIAS, Norbert. <b>A Sociedade dos Indivíduos.</b> Rio de Janeiro: J. Zahar, 1994.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>Realizações, 2016.</p> <p>ZARKA, Yves Charles. <b>Difícil tolerância: a coexistência de culturas em regimes democráticos.</b> São Leopoldo: Unisimos, 2013.</p>	<p>LIPOVETSKY, Gilles. <b>A sociedade pós-moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos.</b> São Paulo: Manole, 2005.</p> <p>OAKESHOTT, Michael J. <b>Rationalism in Politics and Other Essays.</b> Indianapolis: Liberty Fund, 1991.</p> <p>SCRUTON, Roger. <b>O que é conservadorismo.</b> São Paulo: É Realizações, 2015.</p>
--	---



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### 7º Semestre

CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE III		Carga Horária: 72h/a
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento do processo criativo a partir da aplicação da imagem e texto nas diferentes peças de uma campanha de comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
WHEELER, Alina. <b>Design de identidade da marca:</b> guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.	PETIT, Francisc. <b>Marca e meus personagens.</b> São Paulo: Futura, 2003.	
SAMARA, Timothy. <b>Grid:</b> construção e desconstrução. São Paulo: Cosac & Naify, c2007.	SAMARA, Timothy. <b>Ensopado de design gráfico:</b> ingredientes visuais, técnicas e receitas de layouts para designers gráficos. São Paulo: Blucher, 2010.	

INTELIGÊNCIA DE MERCADO		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Aplicação dos conteúdos das disciplinas de humanidades a área de conhecimento específico dos alunos num cenário de economia de mercado.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
KIRKPATRICK, Jerry. <b>In defense of advertising:</b> arguments from reason, ethical egoism, and laissez-faire capitalism. Califórnia: TLJ, 2007.	STAN, Robert; MILLER, Toby (Ed.). <b>Film and Theory:</b> an anthology. Oxford: Blackwel, 2000.	
IHLEN, Øyvind; RULER, Betteke van; FREDRIKSSON, Magnus (Ed.). <b>Public relations and social theory:</b> key figures and concepts. New York: Routledge, c2009.	STEGER, Ulrich. <b>Corporate diplomacy:</b> the strategy for a volatile, fragmented business environment. West Sussex: John Wiley & Sons, 2003.	
LIVINGSTON, Paisley; PLANTINGA, Carl R (Ed.). <b>The Routledge companion to philosophy and film.</b> London: Routledge, c2011.	RAND, Ayn. <b>A revolta de Atlas.</b> São Paulo: Arqueiro, 2010.	
	RODGERS, Shelly; THORSON, Esther (Ed.). <b>Advertising theory.</b> New York: Routledge, 2012.	

GESTÃO DE SERVIÇOS E MARKETING INTERNO		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Conceitos teóricos e técnicas para o desenvolvimento das competências necessárias ao desenvolvimento e implantação de estratégias e projetos de marketing de serviços. Gestão e Administração das ferramentas de comunicação com seus desafios e oportunidades para a integração do público interno. Disseminação e internalização da cultura corporativa.		



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>COSTA, Daniel. <b>Não existe gestão sem comunicação</b>: como conectar endomarketing, liderança e engajamento. Porto Alegre: Dublinense, 2014.</p> <p>LOVELOCK, Christopher H.; WIRTZ, Jochen. <b>Marketing de serviços</b>: pessoas, tecnologia e resultados. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2006.</p>	<p>HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. <b>Princípios de marketing de serviços</b>: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Cengage Learning, 2010.</p> <p>KAUFMAN, Dora; ROZA, Erick. <b>Empresas e consumidores em rede</b>: um estudo das práticas colaborativas no Brasil. São Paulo: Annablume, 2013.</p>

MARKETING VI - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO	Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Técnicas e elementos das etapas do Planejamento de Comunicação, critérios e procedimentos para sua aplicação.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>ADOLPHO, Conrado. <b>Os 8 ps do marketing digital</b>: o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.</p> <p>MORAES, Felipe. <b>Planejamento estratégico digital</b>. São Paulo: Saraiva, 2015.</p>	<p>PÚBLIO, Marcelo Abílio. <b>Como planejar e executar uma campanha de propaganda</b>. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.</p> <p>SATO, Silvio Koiti. <b>Signos da mobilidade</b>: marcas e consumo na cultura digital. Curitiba: Appris, 2017.</p>

MÍDIA III - MÍDIA DIGITAL	Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Principais tendências tecnológicas e seus desdobramentos. Reflexão sobre o impacto na produção de conteúdo contemporânea. A interação do ser humano com as mídias digitais. A emergência da TV Digital, rádio digital, comunicação móvel, games e redes sociais.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BARGER, Christopher. <b>O estrategista em mídias sociais</b>: desenvolva um programa bem-sucedido trabalhando de dentro para fora em sua empresa. São Paulo: DVS, 2013.</p> <p>MONTEIRO, Diego; AZARITE, Ricardo. <b>Monitoramento e métricas de mídias sociais</b>: do estagiário ao CEO : um modelo prático para toda a empresa usar mídias sociais com eficiência e de forma estratégica. São Paulo: DVS Editora LTDA., 2012.</p>	<p>PRIMO, Alex. <b>Interação mediada por computador</b>: comunicação, cibercultura, cognição. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.</p> <p>BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Org.). <b>Mídias digitais</b>: convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.</p>



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

REDAÇÃO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA IV		Carga Horária: 36 h/a
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento da capacidade de tradução dos conceitos de comunicação e suas adaptações as ferramentas de comunicação.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
RENHA, João. <b>A propaganda brasileira depois de Washington Olivetto</b> . São Paulo: Leya, 2013.	BONA, Nivea Canalli. <b>Publicidade e Propaganda: da agência à campanha</b> . Curitiba: Ibpx, 2007.	
VIEIRA, Stalimir. <b>Raciocínio criativo na publicidade</b> . 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.	CARRASCOZA, João Anzanello. <b>Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade</b> . São Paulo: Saraiva, 2008.	

## 8º Semestre

COMUNICAÇÃO DIRIGIDA - PROJETO		Carga Horária: 72h/a
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento de ações de comunicação dirigida que completem o composto da Campanha publicitária		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. <b>Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável</b> . São Paulo: Aleph, 2014.	SHIMP, Terence A. <b>Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing</b> . 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.	
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. <b>Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2012.	SOLOMON, Michael R. <b>O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo</b> . 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.	
	AAKER, David A. <b>Marcas: brand equity : gerenciando o valor da marca</b> . 14. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, c1998.	
	CZINKOTA, Michael R. et al. <b>Marketing: as melhores práticas</b> . Porto Alegre: Bookman, 2001.	

CRIAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE - PROJETO		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Definição de imagens, diagramação de peças impressa e eletrônica que exibirão a campanha publicitária experimental.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
BERTOMEU, João Vicente Cegato. <b>Criação na propaganda impressa</b> . 3. ed. São Paulo:	COLLARO, Antonio Celso. <b>Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte</b> . 2. ed. São Paulo: Pearson,	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Thomson, c2006.  LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. <b>Novos fundamentos do design</b> . São Paulo: Cosac & Naify, 2008.	c2012.  SAMARA, Timothy. <b>Ensopado de design gráfico: ingredientes visuais, técnicas e receitas de layouts para designers gráficos</b> . São Paulo: Blucher, c2010
---	--

MÍDIA - PROJETO		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> TCC - Planejamento de Mídia. Análise da situação do produto. Definição de metas de alcance e frequência. Defesa dos meios selecionados. Planilha tática de programação.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
HOLLOMAN, Christer. <b>O MBA das mídias sociais</b> : a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais. São Paulo: Nobel, Grupo de Mídia, 2014.  SOLOMON, Michael R. <b>O comportamento do consumidor</b> : comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.	DORDOR, Xavier. <b>Mídia, Mídia alternativa</b> : a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa. São Paulo: Nobel, 2007.  TELLES, André. <b>A revolução das mídias sociais</b> : estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais : cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2. ed. São Paulo: M. Books, 2011.  TAMANAH, Paulo. <b>Planejamento de mídia</b> : teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.	

PLANEJAMENTO - PROJETO		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Diagnóstico das necessidades de marketing a serem trabalhadas no planejamento de Comunicação para a campanha publicitária experimental.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
LUPETTI, Marcélia. <b>Gestão estratégica da comunicação mercadológica</b> . São Paulo: Thomson, 2007.  PINHEIRO, Duda; GULLO, José. <b>Comunicação integrada de marketing</b> : gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013.	COOPER, Alan. <b>Como planejar a propaganda</b> . São Paulo: Talento, 2006.  STEEL, Jon. <b>Verdades, mentiras e propaganda</b> : a arte do planejamento. 2. ed. São Paulo: Negócio, 2001.	



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

REDAÇÃO E CRIAÇÃO - PROJETO		Carga Horária: 72 h/a
<b>Ementa:</b> Definição de tema, conceito, assinaturas e textos da campanha publicitária experimental.		
<b>Bibliografia Básica:</b>	<b>Bibliografia Complementar:</b>	
FIGUEIREDO, Celso. <b>Redação publicitária:</b> sedução pela palavra. São Paulo: Cengage Learning, 2008.	PETIT, Francesc. <b>Propaganda ilimitada.</b> 11. ed. São Paulo: Futura, 2003.	
MARCONDES, Pyr. <b>Marcas:</b> Uma história de amor mercadológica. São Paulo: Meio e Mensagem, 2003.	RIES, Al; RIES, Laura. <b>A origem das marcas:</b> descubra as leis naturais da inovação e da sobrevivência de produtos e empresas. São Paulo: M.Books do Brasil, 2006.	

### 5.5. Atividades Complementares

De acordo com **Resolução CNE/CES nº16, de 13 de março de 2002 e no Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001**, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, as Atividades Complementares são requisitos obrigatórios para a colação de grau e serão desenvolvidas ao longo do curso, por todos os alunos, em um total de 220 horas/a.

Ainda, de acordo com as Diretrizes Curriculares, “as atividades complementares se constituem componentes curriculares enriquecedores e implementadores do próprio perfil do formando, sem que se confundam com estágio curricular supervisionado”.

As atividades complementares existem para que os alunos do curso consigam ampliar seus conhecimentos e experiências em outros ambientes, ou seja: em outras instituições de ensino superior, bem como em outros ambientes profissionais.

O objetivo é oferecer ao aluno outras formas de relacionar os conteúdos das salas de aula com atividades mais voltadas à escolha profissional feita por ele. São instrumentos para a inserção do aluno em ambientes profissionais, relacioná-lo com profissionais de mercado, estabelecer contatos com estudantes de outras instituições, enfim, ampliar a rede de conhecimentos. O formato das atividades, bem como os procedimentos para registrá-las, está explicitado em regulamento próprio.



## CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

**Obs.:** O aluno tem acesso ao Regulamento das Atividades Complementares pelo site da FAAP – Nossos Cursos - Graduação (Portaria 23) – Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda – Menu Acesso Rápido - Atividades Complementares

### 5.6. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

O TCC da habilitação em Publicidade e Propaganda consiste na organização dos alunos em grupos para o desenvolvimento de uma campanha de comunicação que atenda à necessidade real de uma empresa do mercado. Para isso, a cada semestre um *briefing* de uma determinada empresa convidada é analisada pelos alunos para que possam elaborar um *debrief* e a partir deste, desenvolver o planejamento de uma campanha de comunicação, inclusive as peças gráficas, com a finalidade de resolver o problema de comunicação do cliente.

**Obs.:** O aluno tem acesso ao Regulamento do TCC pelo site da FAAP – Nossos Cursos - Graduação (Portaria 23) – Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda – Menu Acesso Rápido - TCC

### 5.7. Adequação Curricular

Em virtude de documentos legais promulgados o Projeto Pedagógico do Curso busca adaptar-se permanentemente à realidade político-pedagógica brasileira.

#### 5.7.1. Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena





## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Visando atender a Resolução acima, que dispõe sobre adequações e reformulações de programa de ensino, para atender as exigências político-pedagógicas relacionadas à “Educação das Relações Étnico-raciais”, foram destacados aspectos já previsto nas disciplinas Política Cultural e Mídia, Teorias Sociais do Brasil, Ética Contemporânea, Teoria do Contemporâneo e Estudos Culturais. A disciplina de Geopolítica também fará referência aos conflitos étnicos e raciais em todo o mundo contemporâneo com objetivo de ressaltar a presença deste conteúdo específico no Curso.

### **5.7.2. Políticas de educação ambiental (Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002**

Inserindo-se nas relevantes discussões sobre as necessidades de estudos e reflexão sobre o ambiente, o conteúdo é trabalho de forma transversal, contínua e permanente e pode-se indicar como exemplo a disciplina de Antropologia, entre outras, que incorporam em seu conteúdo a discussão da preservação ambiental e dos recursos naturais.

Além disso, nas atividades complementares (extensão) os alunos são incentivados a participar de projetos na área de responsabilidade social, que envolvam aspectos ambientais.

### **5.7.3. Resolução Nº 1, de 30 de maio de 2012, que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos**

Visando atender ao diploma legal acima especificado no que se refere à formação para a vida e para a convivência, no exercício cotidiano dos Direitos Humanos como forma de vida e de organização social, política, econômica e cultural os referidos conteúdos são objeto de reflexão nas disciplinas de: Sociologia, Antropologia, Comunicação e Religião, Geopolítica Internacional, Teoria do Contemporâneo, Ética Contemporânea.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

### **5.7.4. Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005, dispõe sobre a inserção de LIBRAS**

Os alunos podem cursar a disciplina "LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais" prevista como componente curricular na modalidade de Disciplina Optativo com carga horária de 36 h/a. Conforme preceitua o Decreto acima, na busca do atendimento de necessidades especiais. Esta disciplina está disponível para os alunos matricularem-se nos períodos diurno e noturno.

Todos os conteúdos são trabalhados tanto de forma horizontal quanto de forma vertical dentro das disciplinas que fazem parte da matriz curricular constantes do Projeto Pedagógico do Curso e inserida no e-MEC.

### **5.7.5. Condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, conforme disposto na CF/88, Art. 205, 206 e 208, na NBR 9050/2004, da ABNT, na Lei Nº 10.098/2000, nos Decretos Nº 5.296/2004, Nº 6.949/2009, Nº 7.611/2011 e na Portaria Nº 3.284/2003 e Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista, conforme disposto na Lei nº 12.764/2012**

Não há nenhum tipo de restrição para os alunos portadores de necessidades especiais, já que todos os prédios são servidos por elevadores com as dimensões exigidas. Existem rampas de acesso dentro dos prédios, quando a estrutura dos mesmos assim o exige, e fora deles; há, também, sanitários exclusivos para deficientes. Todas as instalações para portadores de necessidades especiais estão de acordo com a Portaria nº 1.679 de 02/12/1999 (Ministério da Educação) e NBR 9.050/1994 (ABNT), que dispõe sobre as condições de acesso de pessoas portadoras de deficiências. Além da preocupação com as barreiras físicas o Centro Universitário tem a preocupação de cuidar da permanência de pessoas com necessidades especiais.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Já no processo seletivo é oferecido atendimento especializado aos participantes com baixa visão, cegueira, deficiência física, deficiência auditiva, surdez, surdocegueira, dislexia, déficit de atenção, autismo, discalculia ou com outra condição especial.

No ato da inscrição para o processo seletivo o candidato indica o auxílio ou o recurso que necessita, como: prova em braile, prova em letra ampliada (fonte de tamanho 18 e com figuras ampliadas), prova em letra superampliada (fonte de tamanho 24 e com figuras ampliadas), tradutor-intérprete de LIBRAS, guia-intérprete para pessoa com surdocegueira, auxílio para leitura, auxílio para transcrição, leitura labial, sala de fácil acesso e mobiliário acessível. O Centro Universitário reserva-se o direito de exigir, a qualquer tempo, documento que ateste a condição que motiva a solicitação de atendimento especializado.

Ela disponibiliza também, objetivando a promoção plena de condições não só de acesso, mas também de permanência do aluno, cadeiras especiais para aqueles que possuem problema de obesidade e mesas para os que utilizam cadeira de rodas e o atendimento específico para cada condição.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

## **6. METODOLOGIA**

### **6.1. Características gerais**

A metodologia está fundamentada pela filosofia de ensino escolhida pela IES. A mesma propõe um diálogo contínuo entre produções clássicas das ciências humanas e da filosofia e suas vertentes mais contemporâneas, seja na área teórico-científica, seja no campo das artes e da expressão linguística, em interação contínua com o cenário da mídia, as entidades de classe, o aperfeiçoamento do ferramental tecnológico específico, e com a sociedade em geral.

O curso de Comunicação Social utiliza aulas presenciais, com recursos audiovisuais, entremeadas por palestras e oficinas com o objetivo de proporcionar aos alunos experiências junto aos teóricos e profissionais de mercado. Além disso, o Centro Universitário, através de parcerias, procura sediar muitos eventos importantes para as áreas da Comunicação. A metodologia desenvolvida em cada disciplina fica a cargo de cada docente, mas estimula-se a interação com o corpo discente, provocando discussões por meio de perguntas e exercícios em sala. Estimula-se a leitura, não somente dos textos das diversas áreas de saber com que o aluno entra em contato, mas também de clássicos da literatura e da dramaturgia.

O conjunto de disciplinas tem por intenção estabelecer um diálogo interdisciplinar que torne possível uma formação profissional que transcenda as capacidades unicamente técnicas e específicas (essenciais para o exercício da condição de agente de comunicação social, mas não suficiente) no sentido de viabilizar aquela “voz interior formadora” que faz a diferença entre os seres humanos que compartilham o exercício da cidadania e aqueles que simplesmente o sofre. Assim sendo, capacitação técnica e consciência crítica associadas. Para tanto, são estimuladas atividades que consigam reunir teoria e prática nas salas de aula e em atividades complementares.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Há a correlação entre conteúdos práticos e teóricos, ajudando o aprendizado e o estabelecimento de nexos entre prática e os conhecimentos dados em sala de aula. Além disso, as atividades complementares permitem o diálogo entre teoria e prática. O diálogo interdisciplinar se estabelece entre teoria e prática e entre os semestres do curso. Várias são as atividades complementares ao ensino às quais os alunos são estimulados a participar. Isso porque entendemos que a interação com profissionais dos diferentes setores de atuação dos alunos é fundamental. As atividades são realizadas preferencialmente no campus e a presença dos alunos é controlada.

Há a possibilidade de desenvolver atividades de Iniciação Científica no curso de Comunicação Social. Para tanto, além da Coordenação do Centro Universitário, há uma coordenadoria de Iniciação Científica que, a partir de projetos inscritos pelos alunos, em concordância com algum professor doutor do curso, faz a seleção daqueles que aparentam serem mais adequados em termos das áreas de conhecimento da comunicação, os que apresentam maiores possibilidades de viabilização e daqueles cujos autores têm apresentado melhores médias. Assim, as chances de o aluno conseguir terminar o projeto, desenvolvendo trabalho adequado, são mais factíveis.

Os projetos de monitoria seguem o mesmo processo. Alunos inscrevem-se para serem monitores de alguns professores ou de atividades organizadas pelas habilitações. Conforme as notas do aluno, seus interesses, conhecimentos relativos às áreas de saberes mais específicas, ele será ou não selecionado para participar dos mesmos.

A ideia de relacionar teoria e prática em cursos de ciências aplicadas não é propriamente nova. A forma de realizar também não. Chamar profissionais de mercado para interagir com os alunos, alguns como professores nem sempre traz novidades. As parcerias com as entidades profissionais, no entanto, têm possibilitado trocas das mais importantes para os alunos, professores e coordenação. Graças a isso tem-se conseguido atualizar relações de conteúdos das disciplinas práticas, bem como atualizar discussões teóricas oferecidas em sala de aula. Graças ao interesse dos docentes em trazer profissionais e teóricos das mais diversas áreas técnicas e do saber, tem-se possibilitado



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

aos alunos a discussão de temáticas atuais, muitas vezes retomadas ou iniciadas nas disciplinas.

A partir da concepção das estruturas curriculares anteriores, na busca pelo constante aprimoramento dos conteúdos e das relações entre eles, as disciplinas que compõem o núcleo de humanas do curso foram reestruturadas para que haja integração entre as mesmas e, também, com as áreas das habilitações.

Além das parcerias com entidades de classe, o Centro Universitário procura trazer profissionais para debate com os alunos, relatos de ex-alunos bem sucedidos na área, e, realizar oficinas com profissionais, a fim de proporcionar a interação entre teoria e a prática do mercado.

A operacionalização do processo ensino-aprendizagem é implementada através da utilização de mecanismos didático-pedagógicos múltiplos e flexíveis, em ações em sala de aula e fora da sala de aula.

### **6.2. Interrelação das disciplinas na concepção do currículo**

A escolha das disciplinas, sua distribuição na Estrutura Curricular e o dimensionamento da carga horária foram feitos de modo a atender os princípios norteadores definidos pelos requisitos da **Resolução CNE/CES nº16, de 13 de março de 2002 e no Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001**, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, assim como o perfil desejado do egresso, o perfil profissional desejado e as estratégias de aprendizagem delineadas. Cada um dos docentes procura, a cada instante, levar o aluno à reflexão sobre o assunto abordado.

Em sala de aula os principais mecanismos/estratégias de aprendizagem são:

- aulas expositivas ministradas pelo corpo docente;
- apresentação oral pelos alunos de trabalhos e seminários por eles desenvolvidos;
- discussão em grupo;



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- apresentação de estudos de casos;
- exposição de material audiovisual;
- avaliações contínuas da aprendizagem (individual e em grupo);
- dinâmica de grupo;
- exercícios de aplicação sobre conceitos e ferramentas;
- apresentação de trabalhos interdisciplinares;
- avaliações multidisciplinares e interdisciplinares;
- tarefas desenvolvidas no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA (síncronas e assíncronas);
- videoaulas assíncronas acompanhadas de tarefa desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA.

Fora da sala de aula os principais mecanismos e ações são:

- palestras, oficinas
- eventos de extensão;
- trabalhos de pesquisa por disciplina;
- trabalhos interdisciplinares.
- estágio curricular supervisionado (parte das atividades complementares);
- trabalho de conclusão de curso.

### **6.3. Flexibilidade Curricular**

A flexibilidade curricular e o inter-relacionamento ficam assegurados pela utilização de trabalhos interdisciplinares, aplicados desde o 4º semestre do curso, do projeto PNC – Projeto de Negócios de Comunicação, aplicado no 7º semestre em que os alunos são convidados a idealizar um novo negócio, inter-relacionando as disciplinas de Gestão de Serviços e Marketing Interno, Marketing IV, Mídia II, Redação e Criação e Direção de Arte. A flexibilidade curricular também é garantida com ações como a Semana de Comunicação, Encontros de Comunicação e atividades complementares.



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO**

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.  
Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

A flexibilidade também é considerada pela utilização de ações e mecanismos variados como:

- acompanhamento dos movimentos apresentados pelo mercado profissional;
- análise das novas ferramentas e processos apresentados em: feiras, exposições e congressos; e,
- contato com profissionais brasileiros e estrangeiros por meio de palestras e workshops oferecidos aos nossos alunos.

### **6.4. Revisão Curricular**

A revisão curricular - plano de ensino - é realizada pela Coordenação de Curso e Coordenação de Habilitação em conjunto com o NDE. Nas reuniões regimentais de Coordenadoria de Curso, é apresentada a proposta de revisão. Posteriormente, a discussão é realizada em reuniões com os professores das áreas de formação, ocasião em que todas as inovações relativas aos aspectos teóricos e mercadológicos, bibliográficos e tecnológicos são devidamente avaliadas e, quando pertinentes, introduzidas nas práticas acadêmicas.