

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO
EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Matriz 2024-2

São Paulo

08/2024



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. José Antonio de Seixas Pereira Neto

Dr. Octávio Plínio Botelho do Amaral

Diretoria Executiva

Diretor-Presidente

Dr. Antonio Bias Bueno Guillon

CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

CEO

Sr. Luis Sobral

Diretor Acadêmico

Prof. Rogério Massaro Suriani

Procuradora Institucional

Sheila Aparecida Teodoro

Coordenação de Curso

Prof. Ms. Eric Eroi Messa

NDE

Prof. Ms. Eric Eroi Messa - integral

Prof. Dr. José Roberto D'Elboux - integral

Prof.^a Dra. Karina Bousso - integral

Prof.^a Ms. Vera Lucia Pacheco de Mello - integral

Prof. Dr. Roberto Bertani – parcial



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 Cadastrais do Curso

Denominação	Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Modalidade	Presencial
Titulação	Bacharel
Instituição	Centro Universitário Armando Álvares Penteado
Localização	Rua Alagoas 903, Higienópolis, São Paulo, SP
Coordenador do Curso	Eric Eroí Messa
Número de vagas anuais	140
Regime	Semestral
Tempo mínimo de integralização	08 semestres (04 anos) - mínimo
Tempo máximo de integralização	14 semestres (07 anos) - máximo
Carga Horária Total	3240 horas/aula 2700 horas/relógio Composição: <ul style="list-style-type: none">• 2700 horas/aula – Disciplinas Curriculares• 24 horas/aula - PDCI (Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais)• 108 horas/aula - PDCP (Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais)• 84 horas/aula - Atividades Complementares• 324 horas/aula - Práticas Extensionistas



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.

ÍNDICE

1.	INTRODUÇÃO	7
1.1.	Concepção do Projeto Pedagógico	7
1.2.	Histórico da IES	8
1.3.	Histórico do curso	10
1.4.	Documentos orientadores	11
2.	ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO	13
2.1.	Políticas Institucionais	13
2.2.	Políticas Institucionais no âmbito do curso	13
2.3.	Políticas de Extensão	14
2.4.	Políticas de Pós-Graduação	15
2.5.	Políticas de Pesquisa	17
3.	CURSO	18
3.1.	Concepção do curso	18
3.2.	Objetivos do Curso	21
3.2.1.	Objetivos Gerais	21
3.2.2.	Objetivos Específicos	21
3.3.	Perfil Profissional do Egresso	23
3.4.	Requisitos e Formas de Acesso	25
3.5.	Perfil Desejado do Ingressante	26
3.6.	Matriz Curricular	27
3.6.1.	Concepção da Matriz Curricular	27
3.6.2.	O projeto pedagógico Institucional	32
3.6.3.	O projeto pedagógico Institucional e sua relação com o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda	33



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.

3.6.4.	Os requisitos legais relacionados a direitos humanos, direito ambiental, sustentabilidade, diversidade, valores democráticos	34
3.6.5.	Fluxograma	36
3.6.6.	Ementas, Bibliografias básica e complementar	37
3.6.7.	Estratégias metodológicas	83
3.8.	Componentes EAD	85
3.9.	Procedimentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem	87
3.10.	Atividades Obrigatórias	89
3.10.1.	Estágio curricular supervisionado	89
3.10.2.	Trabalho de Conclusão de Curso	90
3.10.3.	Atividades Complementares	92
3.10.4.	Práticas Extensionistas	93
3.11.	Atividades Suplementares de formação	95
3.11.1.	Programa de Monitoria	95
3.11.2.	Iniciação Científica	95
4.	APOIO AO DISCENTE	96
4.1.	Apoio Acadêmico ao aluno com deficiência (PcD)	99
4.2.	Acessibilidade institucional e apoio psicopedagógico	100
4.3.	Tecnologias da Informação e da Comunicação – TIC – no processo de ensino e aprendizagem	102
4.4.	Equipe multidisciplinar e material didático instrucional	105
4.5.	Convênios e parcerias	109
5.	CORPO SOCIAL E TUTORIAL	110
5.1.	Coordenação de Curso	110
5.2.	Atuação do Coordenador	110
5.3.	Núcleo docente estruturante – NDE	112
5.4.	Funcionamento do colegiado de curso ou equivalente	114



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.

5.5.	Perfil Docente	115
5.5.1.	Quadro Docente	117
6.	INFRAESTRUTURA	118
6.1.	Espaço Físico	118
6.2.	Espaço de trabalho para docentes em tempo integral	119
6.3.	Espaço de trabalho para o coordenador	120
6.4.	Sala coletiva de professores	120
6.5.	Salas de aula	120
6.6.	Acesso dos alunos a equipamentos de informática	121
6.7.	Laboratórios	121
6.7.1.	Laboratórios de Formação Específica	121
6.8.	Biblioteca	128
6.8.1.	Formas de Atualização e Expansão do Acervo	129
6.8.2.	Horário de Funcionamento	130
6.8.3.	Serviços Oferecidos	130
7.	PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA	134
8.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ESPECÍFICAS	136



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. INTRODUÇÃO

1.1. Concepção do Projeto Pedagógico

Os temas geradores do processo de construção do projeto pedagógico do curso foram objeto de estudo e de debates que envolveram Núcleos Docentes Estruturantes (NDEs) e Colegiado dos Cursos, grupos de profissionais que atuam nos diferentes setores administrativos e de apoio acadêmico; representantes dos alunos egressos, representantes dos diferentes mercados que acolhem profissionais egressos dos cursos do Centro Universitário Armando Álvares Penteado e outros membros da sociedade civil.

Essa construção coletiva resultou, primeiro, nos parâmetros para a elaboração do Projeto Pedagógico Institucional que considera os diferentes seres, saberes e fazeres que uma instituição universitária pode agregar. Esse projeto representa uma síntese das contribuições oferecidas por esses interlocutores, das exigências legais que regem o ensino superior, das urgências que se manifestam no contexto social regional e nacional e, ainda, de uma missão enraizada na história e na identidade da Instituição.

Em 2018, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado se consolidou por meio de um processo de integração das seis IESs mantidas pela Fundação de mesmo nome (a saber, as Faculdade de Comunicação e Marketing, de Artes, de Direito, de Engenharia, de Administração e de Economia), agregando o que de melhor cada uma delas realizava e potencializando seu investimento na produção de conhecimentos multi, inter e transdisciplinares. Além disso, investiu num modelo de gestão de suas atividades acadêmicas que promovem a interação de coordenadores, professores e alunos de diferentes cursos.

Os princípios que orientaram o Projeto Pedagógico Institucional se estenderam de forma orgânica à produção dos Projetos Pedagógicos de cada um dos cursos que, além de serem os articuladores das muitas das ações educativas realizadas da IES, extrapolam os limites geográficos da sala de aula, perpassam o campus universitário e se prolongam para os diferentes cenários sociais do entorno e para organizações do mercado profissional nacional e internacional.



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 Instituição se caracteriza por ser um oceano de muitas possibilidades formativas que faz interagir diferentes atividades, projetos, atividades extensionistas e ações de ensino da graduação e pós-graduação, bem como pelo relacionamento harmônico da comunidade acadêmica, facilitando a implementação e a execução de modelos administrativos e práticas pedagógicas.

1.2. Histórico da IES

A história do Centro Universitário Armando Álvares Penteado se confunde com a origem da família do empresário e mecenas Armando Álvares Penteado. Seu espírito e atuação vanguardistas foram orientados pela identificação com as áreas de artes e ciências, por seus anos de estudos na Europa, por suas recorrentes temporadas de convivência com o meio cultural parisiense e por um diálogo intenso com artistas e intelectuais que ajudaram a formalizar uma estética modernista no Brasil.

Ao falecer em 1947, Armando Álvares Penteado deixou em testamento o delineamento de uma Fundação responsável por manter uma “Eschola de Bellas Artes”, compreendendo as linguagens “da Pintura, da Escultura, da Decoração e da Arquitetura”, dotada também de uma Pinacoteca.

Assim nasceu Fundação Armando Álvares Penteado que, ao longo de sua trajetória educacional, sempre demonstrou competência para vencer desafios de forma inovadora e qualificada. Ciente de que os mecanismos de apreensão, transformação e aplicação do conhecimento têm sido historicamente determinantes para a transformação das sociedades, a Fundação sempre buscou talentos capazes de acompanhar essas inovações e traduzi-las em saber para os seus alunos.

Após duas décadas cumprindo essa missão e já com forte inserção no circuito cultural do país, a Fundação criou, em 1967, seus primeiros cursos de formação superior, por meio de sua Faculdade de Artes e Comunicação. Desde então, iniciou um processo ininterrupto de ampliação de suas áreas do conhecimento, chegando a comportar seis Faculdades: Comunicação e Marketing, Artes, Direito, Engenharia, Administração e Economia, além de um Colégio e um portfólio amplo de cursos de Pós-Graduação Lato-Sensu e de Extensão.

Consolidado esse processo de expansão, a Fundação respondeu rapidamente aos novos desafios impostos pela cultura contemporânea, pelo impacto das novas tecnologias e pela formação 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.

economia globalizada, criando projetos educacionais que oferecem uma vivência transversal dos conhecimentos produzidos dentro do campus, extrapolando a visão especializada e segmentada que deu origem às ciências e às profissões tradicionais. Em 2018, foi protocolado junto ao MEC e aprovado pela SERES o processo de unificação de suas Faculdades mantidas¹, que culminou, em 2021, na formalização do Centro Universitário Armando Álvares Penteado.

Como parte integrante de sua política de ação e de sua organização, a Fundação Armando Álvares Penteado consolidou seus vínculos com organizações sociais, culturais, artísticas, governamentais e empresariais para fortalecer sua relação com a comunidade, de modo a ampliar as possibilidades de acesso ao conhecimento e de vivência da prática na trajetória formativa dos seus alunos.

Investindo fortemente em tecnologias educacionais, equipes especializadas em design instrucional e cursos de formação em metodologias ativas para seus professores, o Centro Universitário obteve, em 2019, seu credenciamento para a oferta de cursos na modalidade a distância, com o objetivo de acompanhar as transformações da contemporaneidade e de ampliar o alcance do conhecimento produzido em seus cursos.

A partir da transformação das Faculdades em Centro Universitário, toda comunidade acadêmica se mobilizou para a construção de uma nova organização institucional, compartilhando pensamentos, práticas e processos de forma estratégica, para que as ações educacionais pudessem ocorrer de forma colaborativa, resultando em processos institucionais e pedagógicos mais ágeis e sistêmicos que respondem aos desafios dos mercados e da sociedade como um todo. Essa reformulação concilia o desejo de inovação e uma história de mais de 50 anos de atuação no Ensino Superior, que imprime em todas as ações da Instituição sua vocação educacional.

No mesmo local que, em 1947, foi destinado à construção da sede da Fundação Armando Álvares Penteado, encontram-se hoje as instalações que compõem o Centro Universitário, o Museu de Arte Brasileira – MAB e o Teatro FAAP. Inserido em uma das maiores metrópoles do mundo, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado está localizado no bairro de Higienópolis, local estratégico

¹ 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 recredenciamento. Por essa Portaria ficaram 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).”



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.

situado a poucos quilômetros do centro histórico de São Paulo e da Avenida Paulista, importante polo financeiro e cultural da cidade. Com obras avançadas, o Campus terá, bem à frente de uma de suas entradas, uma estação de metrô que levará o nome da Instituição.

Apesar de a sede da Instituição estar localizada na cidade de São Paulo, a IES possui uma inserção nacional e internacional. Sua influência nacional se dá por meio dos cursos *in company*, treinamentos e capacitações oferecidos pela Instituição em diversas cidades do país. Também por meio de uma programação cultural que atrai pessoas de diferentes regiões que passam por São Paulo. Além disso, a FAAP possui uma unidade na cidade de Ribeirão Preto, onde fica localizado o Colégio FAAP.

Graças a seu Programa de Internacionalização, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado também pode ser considerado uma Instituição com projeção internacional. Possui hoje um estreito relacionamento e convênios com diversas instituições globais, realizando missões internacionais, visitas, cursos e programas de formação em parceria. Tornou-se também uma referência para alunos que escolhem o Brasil para seus programas de internacionalização.

1.3. Histórico do Curso

O curso teve início em 1967, não de forma autônoma, mas em conjunto com a área de Artes Plásticas, com um currículo de cursos livres e disciplinas focadas em comunicação.

O Curso de Comunicação Social, já reconhecido, abrigava naquele momento 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.

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 em Cinema – Portaria SERES nº 743, de 25 de novembro de 2016; e, por fim, habilitação Publicidade e Propaganda – Portaria SERES nº 629 de 23 de julho de 2017.



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.

O Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda tem como ponto de partida o Projeto Pedagógico Institucional que reflete as discussões e as reflexões dos grupos envolvidos na gestão e na condução do processo educacional no Centro Universitário, tais como professores, colaboradores, alunos e órgãos colegiados da instituição.

Em 2019, o NDE, a partir da avaliação contínua do curso e em diálogo com alunos e professores, iniciou a realização de estudos visando à renovação do Projeto Pedagógico, com o objetivo de responder às constantes transformações dos contextos social, político e tecnológico, e aos novos espaços de atuação do jornalista no mercado da comunicação. A matriz curricular proposta por esse projeto foi lançada no primeiro semestre de 2022, incorporando também um universo de componentes interdisciplinares permitido pela configuração da Instituição como Centro Universitário.

O êxito desse projeto, sobretudo no que diz respeito às essas proposições interdisciplinares e aos componentes flexíveis que compunham essa matriz curricular, indicou ao NDE a oportunidade de aprofundar essas experiências por meio de um novo programa – o Business Communication & Media – que integra competências oriundas dos cursos de Jornalismo, de Relações Públicas e de Publicidade. Esse novo projeto reafirma os diagnósticos trazidos no Projeto Pedagógico de 2022, mantém os valores e a identidade da profissão e, ao mesmo tempo, responde de maneira mais clara e dinâmica aos desafios atuais da profissão e às novas oportunidades que o mercado da comunicação oferece ao egresso do curso de Jornalismo. Essa revisão resulta no Projeto Pedagógico de Curso que aqui se apresenta.

1.4. Documentos Orientadores

Este projeto Pedagógico se apoia nas leis e regimentos indicados abaixo.

Legislação que regulamenta a oferta de cursos superiores e, em particular, do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda:

- Lei de Diretrizes e Bases da Educação – Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece diretrizes e bases da educação nacional. Entre outras disposições, define as finalidades do ensino superior, suas modalidades, os programas que o compõem, incluindo graduação, pós-graduação e extensão.



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.

- Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, que estabelece as diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Comunicação, entre outros.
- Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002, que reafirma e complementa as diretrizes trazidas no Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, e detalha as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações.
- Decreto no. 9.057, de 25 de maio de 2017, que regulamenta a modalidade do ensino à distância.
- Portaria Normativa no. 11, de 20 de junho de 2017, que regulamenta o credenciamento das instituições para a oferta de ensino à distância.
- Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017, que dispõe sobre os quesitos da avaliação do ensino superior.
- Resolução CNE/CES nº 7 de 18 de dezembro de 2018, estabelece diretrizes para as Atividades Extensionistas.
- Legislação referente às práticas de inclusão, direitos humanos e sustentabilidade no ensino superior:
- Decreto nº 4.281, de 23 de junho de 2002, que regulamenta a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental;
- da Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana;
- da Lei nº 11.645/2008, de 10 de março de 2008, que torna obrigatório o estudo da história e cultura afro-brasileira e indígena;
- do Parecer nº 03, 10 de março de 2004, e à Lei nº 11.645/2008, de 10 de março de 2008, que torna obrigatório o estudo da história e cultura afro-brasileira, africana e indígena;
- do Decreto 5.626/2005 que Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras;
- da Resolução CNE nº 1, de 30 de maio de 2012, que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.



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.

Documentos Internos:

- PDI – Plano de Desenvolvimento Institucional
- PPI – Projeto Pedagógico Institucional

2. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO

2.1. Políticas Institucionais

A missão do Centro Universitário Armando Álvares Penteado é a de “promover o ensino, a iniciação à pesquisa e a extensão, formando profissionais altamente preparados, com pensamento artístico, 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, a Instituição tem procurado cultivar os seguintes valores:

- excelência acadêmica;
- comprometimento com a arte e a cultura;
- respeito à cidadania e comportamento ético;
- compromisso com a sociedade e com a qualidade de vida;
- visão de futuro centrada na inovação sustentável.

A visão da Instituição é a de que ela deverá estar entre as melhores Instituições de Ensino Superior – IES e 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 de empreendedores altamente qualificados.

2.2. Políticas Institucionais no âmbito do curso

Respeitando-se as Diretrizes Curriculares do curso e os diagnósticos realizados pelo Núcleo Docente Estruturante, o Centro Universitário apoia seus projetos educativos nos seguintes pilares:



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.

- 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 e religiosas;
- preocupação com a interdisciplinaridade;
- ênfase no pluralismo metodológico;
- desenvolvimento do senso ético de responsabilidade social necessário ao exercício profissional.

Esses pilares devem estar contemplados nas premissas que orientam a construção do curso, no conteúdo das disciplinas, nos objetivos desses e dos demais componentes curriculares, nas metodologias adotadas em todas as ações educativas e na relação que o curso estabelece com a sociedade.

Como parte do processo de integração de suas áreas de conhecimento que culminou no projeto do Centro Universitário, a Instituição apoia projetos curriculares e extra-curriculares com temáticas transversais, investe na criação de espaços físicos que promovem a interação constante entre alunos e professores de cursos diversos, estimula a customização da formação dos alunos por meio do acesso a disciplinas e atividades de outros cursos e facilita a criação de programas que integram mais de um curso, com o intuito de produzir diferenciais que possam ser reconhecidos pelo mercado e de otimizar o percurso que conduz o aluno a uma segunda ou terceira titulação.

2.3. Políticas de Extensão

As práticas extensionistas são regulamentadas pela Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018. São atividades que integram a matriz curricular constituindo um processo interdisciplinar, político, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre o Centro Universitário Armando Álvares Penteado e os demais setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa. São consideradas atividades 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.

extensão as intervenções que envolvem diretamente as comunidades externas e que estejam vinculadas à formação discente. Devem compor, conforme a legislação, um mínimo de 10% do total da carga horária curricular dos cursos de graduação.

Cabe ao Núcleo de Práticas Extensionistas a execução desta política de extensão, que formalizará e divulgará à comunidade acadêmica dados referentes aos projetos de toda a Instituição. As propostas de atividades extensionistas podem partir de alunos, professores, técnicos, coordenadores de curso ou representantes da comunidade. As atividades serão desenvolvidas, preferencialmente, em parceria com representações formais da comunidade, por meio de órgãos públicos, empresas privadas, instituições de ensino ou organizações do terceiro setor.

Cabe ao NDE a indicação de prioridades, a avaliação da aderência dos projetos, a proposição de eventuais revisões, a indicação de professores orientadores, a proposição de vínculos com outros componentes curriculares, a negociação dos meios de interação com outros cursos da instituição e a avaliação os resultados obtidos. A partir da análise inicial feita pelo NDE, as propostas serão submetidas à aprovação do Colegiado de Curso.

Atendendo à exigência de curricularização das práticas extensionistas, as ações devem mobilizar as competências formadas pelos demais componentes curriculares do curso. Sem que haja sobreposição de carga-horária, as atividades de extensão devem se beneficiar de conteúdos trabalhados nas disciplinas e seus resultados podem, a critério dos professores responsáveis, compor suas atividades avaliativas.

O Núcleo de Práticas Extensionistas, o NDE, a coordenação do curso e os professores orientadores oferecerão suporte administrativo e metodológico necessários, mas sempre valorizando a autonomia e o protagonismo dos alunos na interação com os agentes da comunidade e na execução das ações.

2.4. Políticas de Pós-Graduação

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado oferece cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, pensados como uma etapa de um processo de formação continuada que se articula com o ensino da graduação, com a pesquisa e com as atividades extensionistas. Por meio da Coordenação Geral de Pós-



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.

Graduação, em diálogo com as Coordenações dos cursos de Graduação, a instituição propõe:

- a integração dos modelos pedagógicos e dos princípios teórico-metodológicos dos cursos de Graduação com os cursos de Pós-Graduação lato sensu de modo a oferecer ao aluno oportunidade de continuidade da sua trajetória formativa e com base no conceito de Educação ao Longo da Vida – Lifelong Learning;
- a articulação com as coordenações dos cursos de Graduação constituindo uma gestão participativa e colaborativa com a coordenação de Pós-Graduação e Extensão, garantindo os princípios pedagógicos e dimensão coerente de uma formação profissional cujo início está na Graduação;
- a avaliação constante dos cursos ofertados com base nos resultados das avaliações feitas pela CPA, na interlocução com a coordenação dos cursos de Graduação e com os alunos egressos para atualização e melhorias;
- o desenvolvimento de Projetos Pedagógicos de Curso de Pós-Graduação lato sensu diferenciados e inovadores, que respondam às urgências da sociedade e dos mercados de trabalho;
- a realização de pesquisa de mercado e ações com personalidades profissionais que orientem a criação de novos cursos alinhados às tendências nacionais e internacionais;
- o envolvimento do corpo docente da Instituição na elaboração e na participação nos projetos pedagógicos dos cursos de Pós-Graduação *lato sensu*, privilegiando-os na composição do quadro acadêmico e na coordenação técnica;
- o mapeamento do mercado e identificação de tendências e novas competências na formação de profissionais no nível da especialização;
- a inserção de situações de aprendizagem mediadas por tecnologias e com participação de profissionais renomados do mercado nacional e internacional.

Cabe às Coordenações dos cursos de graduação fornecer à Coordenação de Pós-Graduação insights sobre as oportunidades de aprofundamento de temas e de complementação de formação profissional relacionadas a cada área de formação, avaliar as propostas de cursos de Pós-Graduação, acompanhar o desenvolvimento de seus Projetos Pedagógicos, indicar professores e coordenadores.



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.

Em contrapartida, cabe à Coordenação de Pós-Graduação propor aos coordenadores dos cursos de Graduação temas detectados pelos cursos Lato-Sensu que mereçam ser introduzidos em componentes curriculares da graduação, bem como indicar talentos com potencial de ampliar suas atuações como docentes na Instituição.

As Coordenações de Pós-Graduação e de Graduação devem trabalhar conjuntamente na identificação de conhecimentos e ferramentas emergentes de interesse dos mercados profissionais, no diagnóstico de demandas da sociedade que possam ser atendidas por meio de atividades extensionistas, na proposição de temas para pesquisas e na produção de eventos que possam integrar alunos desses dois níveis de ensino.

2.5. Políticas de Pesquisa

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado pensa a pesquisa e, em particular, a Iniciação Científica como atividades fundamentais de sua prática acadêmica, entendendo que, por meio delas, seja possível incentivar a transversalidade do pensamento e visa influenciar positivamente a qualidade do ensino, a formação integral do aluno, a qualificação dos professores, os processos internos de gestão, e o desenvolvimento de soluções aplicadas ao meio produtivo e à sociedade.

Para isso, conta com a atuação permanente do Núcleo de Pesquisa e Iniciação Científica, formado por professores pesquisadores com atuação em diferentes cursos do Centro Universitário, que tem as seguintes atribuições:

- instigar, apoiar e incentivar os corpos docente e discente na realização de pesquisas e na publicação e divulgação de suas produções científicas;
- incentivar o desenvolvimento de produtos inovadores como resultados de pesquisa e orientar acerca do registro de patentes, quando for o caso;
- incrementar o programa de iniciação científica com vistas à consolidação de linhas de pesquisa, entendidas como a sequência de trabalhos sobre uma temática cuja investigação é continuada, na medida em que o trabalho atual completa e prossegue o anterior;
- estabelecer mecanismos para apoiar iniciativas com potencial de captação de projetos de pesquisa relevantes;



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.

- divulgar, entre a comunidade de alunos de graduação a modalidade de pesquisa de Iniciação Científica, bem como os procedimentos para inscrição de projetos de pesquisa;
- aprovar os projetos selecionados e indicar os professores responsáveis pela orientação;
- indicar um professor responsável pelo cronograma geral das pesquisas, pelo suporte metodológico aos professores orientadores e pela integração dos alunos pesquisadores;
- avaliar os relatórios parciais produzidos pelos alunos pesquisadores;
- avaliar, com base no parecer feito pelos professores orientadores, os resultados obtidos nas pesquisas;
- promover seminários específicos para apresentação dos resultados das pesquisas de Iniciação Científica à comunidade acadêmica.

O Núcleo de Pesquisa e Iniciação Científica pensa diretrizes, políticas e estratégias visando ao incentivo, entre alunos e professores, à publicação de artigos em periódicos técnicos e científicos e a promoção de processos seletivos, com a finalidade de concessão de bolsas para projetos desenvolvidos por estudantes regularmente matriculados.

Essas atividades podem ser realizadas mediante convênios firmados com outras entidades ou instituições, públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, cujo caráter seja o fomento à pesquisa acadêmica.

3. CURSO

3.1. Concepção do curso

A concepção do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda se fundamenta nos valores expressos no Plano de Desenvolvimento Institucional do Centro Universitário Armando Álvares Penteado, contemplando os princípios pedagógicos contidos em seu PPI. O projeto do curso responde aos valores construídos pela trajetória da Instituição e pelo recente processo de unificação de mantidas e transformação de organização acadêmica.

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda alcança o atual cenário do mercado publicitário do Brasil e do mundo. Em São Paulo, segundo o Censo 2020 realizado pelo INEP,



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.

houve 382.664 matrículas no ensino médio. Este número dá uma visão do público que está por vir no ensino superior.

Na outra ponta, o mercado de trabalho na área da publicidade também se mostra bastante promissor. Segundo a Kantar IBOPE Media, os investimentos publicitários movimentaram R\$ 11,2 bilhões só no primeiro trimestre de 2021 e, segundo o relatório, desenvolvido pela Deloitte sob encomenda do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), a taxa de crescimento anual dos investimentos em publicidade foi de 4,5%, no período de 2011 até 2020. Essa taxa é acima da inflação do mesmo período. Esse relatório também mostra que existem 196.310 pessoas empregadas diretamente no setor de publicidade, sendo 56,1% desse total alocados na região sudeste.

A profissão foi regulamentada em 1965 pela Lei 4680² e desde então o mercado de trabalho expandiu bastante. Além de trabalhar em agência de publicidade ou no departamento de marketing das empresas, o profissional de publicidade e propaganda pode hoje trabalhar também em agências digitais, consultorias de branding e tendências, startups da área de comunicação etc.

A publicidade é também uma ferramenta importante da sociedade para dar visibilidade a questões sociais como a diversidade e inclusão. Além disso, o recente período de pandemia impulsionou fortemente os negócios digitais que, conseqüentemente, estimulam a publicidade digital.

Todas as questões acima foram fatores levados em consideração pelos integrantes do Núcleo Docente Estruturante no planejamento de uma nova estrutura curricular.

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

A Instituição 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 curso se difere de outras instituições a partir de sua matriz curricular que contempla tanto componentes curriculares com foco humanístico, para a formação crítica, como os componentes voltados para a aplicação no mercado.

² LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil03/leis/l4680.htm>



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.

Além disso, estruturas que compõem a FAAP como o Núcleo de Inovação em Mídia Digital colaboram para a oferta de atividades de extensão relacionadas ao campo do meio digital e ao mercado de comunicação; bem como o B.HUB, que estimula no discente o empreendedorismo por meio do incentivo ao planejamento de um novo negócio na área de comunicação.

Sob o ponto de vista macroambiental, o setor do ensino superior continua promissor, o que nos assegura em relação a todos os investimentos da Instituição. Segundo o estudo “Mapa do Ensino Superior no Brasil 2022”, realizado pelo Instituto SEMESP, apesar do crescimento pouco expressivo de matrículas no ensino superior ao longo dos últimos anos, nota-se que o crescimento é maior na rede privada e, do total de matrículas, 84,3% estão concentrados no estado de São Paulo.

Daqueles que estão matriculados em cursos da área de “Ciências Sociais, comunicação e informação”, 75,3% estão em IES privadas. O Curso de Publicidade e Propaganda está entre os 20 primeiros cursos em número de matrículas na rede privada.

Respondendo a esse cenário, 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, por um lado, garantir instrumentos técnicos específicos para o futuro exercício da condição de agente da comunicação no mercado que lhe compete, com o maior sucesso possível. Por outro lado, deve priorizar a relação entre formação e informação, buscando por meio da crítica reflexiva revelar os meandros da produção do pensamento, e 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, inclusão, cidadania, sustentabilidade, movimentos estéticos, entre muitos outros.



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.

3.2. Objetivos do Curso

Os objetivos do Curso de Jornalismo foram definidos a partir da análise do perfil profissional do egresso para determinar os objetivos definidos para o curso. Por sua vez, tais objetivos definirão um percurso formativo coerente com as competências propostas aos futuros profissionais.

3.2.1. Objetivos Gerais:

- formar profissionais e especialistas de nível superior; incentivar a pesquisa e atividades de produção de conhecimento;
- oferecer uma visão interdisciplinar da comunicação
- estender o ensino e a pesquisa à comunidade, mediante cursos, palestras e atividades extensionistas;
- 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.

3.2.2. Objetivos Específicos

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

Primeiro ano (1º e 2º semestres)

- Avaliar criticamente as relações entre comunicação, cultura e tecnologia, identificando suas influências na sociedade contemporânea e nas estratégias de 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.

- Implementar técnicas de produção audiovisual, fotográfica e sonora em projetos comunicacionais, utilizando tecnologias emergentes e plataformas digitais para criar conteúdos inovadores.
- Interpretar dados estatísticos e aplicar conceitos de inteligência artificial para a tomada de decisões estratégicas em campanhas publicitárias e gestão de crise.
- Desenvolver narrativas transmidiáticas e estratégias de branding que integrem sustentabilidade e responsabilidade social, promovendo valores e propósito através de múltiplas plataformas.
- Analisar e comparar diferentes teorias da comunicação e antropologia, explorando como elas informam a construção de identidade e imagem pública em contextos globais e locais.

Segundo ano (3º e 4º semestres)

- Avaliar criticamente as metodologias de fact-checking e as dinâmicas de desinformação para fortalecer a integridade da comunicação.
- Implementar técnicas de web design e UX/UI para criar interfaces digitais eficazes e centradas no usuário.
- Desenvolver campanhas publicitárias criativas, integrando fotografia e direção de arte para comunicar efetivamente a identidade da marca.
- Interpretar dados digitais através de ferramentas de Business Intelligence para gerar insights estratégicos em decisões de marketing e comunicação.
- Planejar estratégias de SEO, SEM e Inbound Marketing, aprimorando a visibilidade online e o relacionamento com o consumidor através de conteúdos relevantes e personalizados.

Terceiro ano (5º e 6º semestres)

- Avaliar criticamente as tendências contemporâneas na comunicação das marcas, considerando o impacto da tecnologia e das novas demandas de marketing.
- Desenvolver narrativas eficazes para criadores de conteúdo digital, utilizando técnicas de storytelling e estratégias de engajamento para maximizar a influência nas redes sociais.
- Compreender os fundamentos do direito aplicado à publicidade, identificando regulamentações e normas que impactam o setor e aplicando esse conhecimento na prática publicitária.



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.

- Planejar e executar campanhas de mídia integradas, utilizando estratégias de segmentação e personalização para otimizar o alcance e o impacto de produtos e serviços.
- Implementar práticas de sustentabilidade e governança organizacional, analisando riscos e oportunidades legais para integrar aspectos de ESG nas práticas comunicacionais.

Quarto ano (7º e 8º semestres)

- Analisar e integrar estratégias de Comunicação Integrada de Marketing (CIM) para criar campanhas eficazes que utilizem ferramentas de publicidade, promoções e marketing digital de forma coesa e impactante.
- Desenvolver e criar conceitos criativos para comunicação publicitária, adaptando-os eficientemente para diferentes canais de mídia e explorando mídias não convencionais e espontâneas.
- Planejar e avaliar a viabilidade de negócios na publicidade, utilizando conceitos de empreendedorismo para elaborar planos de negócios inovadores e de alto impacto social.
- Utilizar e interpretar dados de mídia digital para otimizar campanhas publicitárias, respeitando as regras de privacidade e explorando tendências de mensuração e mídia programática.
- Conceber e executar projetos estratégicos e inovadores em comunicação, aplicando habilidades de pesquisa, planejamento e direção de arte no desenvolvimento de projetos e no Trabalho de Conclusão de Curso.

3.3. Perfil Profissional do Egresso

Em termos gerais, cada um dos cursos oferecidos pelo Centro Universitário procura caracterizar o seu egresso como um profissional que tenha um domínio técnico de sua área e, ao mesmo tempo, construa uma visão ampla da sociedade em que atua e seja um empreendedor capaz de gerir projetos e negócios de pequeno ou grande porte. Assim, a Instituição propõe formar profissionais capazes de responder às demandas de uma sociedade cada vez mais dinâmica, tecnológica e globalizada, contribuindo para a promoção de valores humanistas, o respeito à diversidade, o desenvolvimento socioeconômico sustentável do país e sua inserção no cenário internacional. Tendo em vista o perfil institucional vinculado às artes, à cultura, às humanidades e ao vanguardismo, o Centro Universitário Armando



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.

Alvares Penteado entende para todos os cursos devem estar comprometidos com a formação de uma série de competências gerais, definidas pela capacidade de:

- reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- refletir e atuar criticamente sobre a sua esfera profissional, compreendendo sua posição e função nas estruturas organizacional e social;
- ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política, constante interesse no aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional flexível;
- elaborar, implementar e consolidar projetos;
- realizar consultoria, elaborar pareceres técnicos, perícias e críticas;
- operar conhecimentos e tomar decisões sempre pautado pelo compromisso com a cidadania e pela ética de sua profissão.

A esse perfil institucional do egresso, somam-se outras competências específicas ao Curso de Jornalismo, definidas pela capacidade de:

- 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 habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo 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.

- 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 assessoria publicitária de informação, bem como ações voltadas para o terceiro setor, *branded content*, marketing de influência, branding, reputação de marca etc.

3.4. 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.



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.

- International Baccalaureate (IB), ABITUR e Diplômê Du Baccaauréat (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 mediante análise de disciplinas cursadas. Transferência ex-officio – se opera independentemente da época e disponibilidade de vaga, sendo assegurada aos servidores públicos 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.

3.5. Perfil Desejado do Ingressante

O perfil do ingressante está diretamente relacionado com as modalidades de ingresso estabelecidas pelo Processo Seletivo, nas quais são priorizados o raciocínio e a habilidade argumentativa do aluno, e não sua capacidade de memorização de grande quantidade de informações.

Nesse sentido, o ingressante deve apresentar, de um modo geral, habilidades e competências no domínio da linguagem, demonstrando sua capacidade para argumentar de maneira fundamentada, em particular por meio da expressão escrita.

Também compõem o perfil desejado do ingressante as seguintes habilidades e competências:

- capacidade de leitura, compreensão e discussão de textos;
- capacidade de produção de textos adequados às diferentes necessidades e circunstâncias, fazendo uso de recursos expressivos e retóricos, tais como coerência, clareza, precisão lexical e argumentação exaustiva, respeitando-se a diversidade de estilos de escrita e de formas de estruturação de ideias.



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.

- habilidade de análise, síntese e crítica, respeitando-se a diversidade de formas de raciocínio e de argumentação.
- percepção do conhecimento e do processo de aprendizado não só como instrumentos úteis para o mercado de trabalho, mas principalmente como valores básicos para compreensão da comunidade em que vive.
- capacidade de traduzir experiências de vida em narrativas e conhecimentos partilháveis.

3.6. Matriz Curricular

3.6.1. Concepção da Matriz Curricular

O curso segue o regime modular semestral, com duração mínima de oito semestres que conduzem à diplomação em Comunicação Social com Habilitação Publicidade e Propaganda. Considera também a Carga-Horária mínima de 2700 horas para integralização de todos os componentes curriculares, incluindo Trabalho de Conclusão (cf. Res. Res. CNE/CES 2/2007), com 10% da carga-horária dedicadas atividades extensionistas (Cf. Res. CNE/CES 7/2018).

A estrutura curricular, dividida em módulos, baseia-se na Lei de Diretrizes e Bases da Educação – Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e nas legislações expedidas pelo MEC, em especial, no Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017, na Portaria Normativa nº 11, de 20 de junho de 2017, e no Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017, que permite a oferta de disciplinas na modalidade a distância.

Seguindo as Diretrizes Curriculares Nacionais, as disciplinas são agrupadas nos seguintes eixos de 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. Envolve tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela habilitação específica” (Parecer CNE/CES nº 492/2001, p. 23).

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



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.

Comunicação, como para incentivar reflexões e práticas da habilitação em Publicidade e Propaganda” (Parecer CNE/CES nº 492/2001, p. 23).

A Matriz Inclui disciplinas dedicadas aos debates sobre direitos humanos, direito ambiental, sustentabilidade, diversidade, valores democráticos, conforme leis diversas especificadas no item “Documentos Orientadores” deste Projeto Pedagógico. Também contempla a disciplina optativa Língua Brasileira de Sinais” (LIBRAS), em consonância com o Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005.

Além de atender aos requisitos legais, a matriz curricular responde aos valores institucionais, ao perfil institucional do egresso, ao perfil do egresso do curso de Jornalismo.

Atendendo ao Projeto Pedagógico Institucional, a Matriz Curricular abre espaço para os componentes flexíveis do Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais – PDCP e do Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais – PDCl, que permitem aos alunos customizar sua formação por meio de um portfólio de disciplinas e cursos de curta-duração, que oferecem respostas ágeis às demandas dos alunos e dos mercados.

Responde também a demandas da comunidade e dos mercados locais e regionais, conforme diagnósticos feitos regularmente pelo NDE.

Por fim, a matriz responde a um novo perfil profissional demandado pelas novas configurações das Agências de Comunicação e pelos Departamentos de Comunicação de grandes empresas que, mais do que um diploma específico, exigem de seus profissionais formação multidisciplinar e a capacidade de integrar ferramentas oriundas do Jornalismo, da Publicidade e das Relações Públicas.

Com base nesse diagnóstico, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado criou o Programa Business Communication & Media – BCM, que permitem aprofundar a interação entre as formações em Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Essa integração se dá não a partir da ampliação das disciplinas chamadas de “básicas” no campo comunicação”, ao contrário, ela se constrói a partir da oportunidade de trazer de outros cursos competências estratégicas e instrumentais exigidas pelo mercado.



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.

O Quadro a seguir expõe a estrutura curricular do Curso de Jornalismo por eixo de formação e semestre:

1º Semestre	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Comunicação Publicitária	36	BASICA	Prática
Contemporaneidade e Global Affairs	72	BASICA	Teórica
Direitos Humanos	36	BASICA	Teórica
Fundamentos de Marketing	36	ESPECÍFICA	Teórica
Laboratório de Produção Audiovisual	36	ESPECIFICA	Prática
Laboratório de Produção Fotográfica	36	ESPECIFICA	Prática
Laboratório de Produção Sonora e PodCast	36	ESPECIFICA	Prática
Opinião Pública e Argumentação	36	BASICA	Prática
Técnicas de Entrevista	36	BASICA	Prática
Técnicas de Reportagem	36	BASICA	Prática
Teorias da Comunicação	36	BÁSICA	Teórica
Total da Carga Horária	432		

2º Semestre	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Análise da Imagem	36	BÁSICA	Teórica
Antropologia	36	BÁSICA	Teórica
Branding, Reputação e Imagem Pública	36	ESPECIFICA	Teórica
Comunicação e Sustentabilidade	36	ESPECIFICA	Teórica
Estatística Aplicada à Comunicação	36	BÁSICA	Prática
Fundamentos do Meio Digital	36	ESPECÍFICA	Teórica
Inteligência Artificial Aplicada à Comunicação	36	BASICA	Prática
Laboratório de Design Gráfico e Digital	36	ESPECIFICA	Prática
Prevenção e Gestão de Crise	36	ESPECIFICA	Teórica
Psicologia da Comunicação	36	ESPECÍFICA	Teórica
Storytelling e Transmídia	36	ESPECÍFICA	Teórica
Teorias das Mídias	36	BÁSICA	Teórica
Total da Carga Horária	432		



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	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Fact Checking e Verificação de Desinformação	36	BASICA	Prática
Sociologia e Mídia	36	BÁSICA	Teórica
Web design, UX e UI	36	BASICA	Prática
Relacionamento com Consumidor	36	BASICA	Prática
Marketing Social – 3º setor	36	ESPECIFICA	Teórica
Projeto Integrado - 3º setor	36	ESPECÍFICA	Prática
Planejamento Estratégico de Marketing - Produto e Serviço	36	ESPECÍFICA	Teórica
Fundamentos de Mídia	36	ESPECÍFICA	Teórica
Criação Publicitária - Produto e Serviço	72	ESPECÍFICA	Teórica / Prática
Fundamentos da Publicidade	36	ESPECÍFICA	Teórica
Fotografia Publicitária	36	ESPECÍFICA	Prática
Total da Carga Horária	432		

4º Semestre	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Brand Publishing	72	BASICA	Prática
Estudos Culturais	36	BASICA	Teórica
Narrativas Hegemônicas e Contra-Hegemônicas	36	BASICA	Teórica
Gestão de Dados Digitais - B.I.	36	ESPECÍFICA	Teórica
SEO, SEM e Inbound Marketing	36	ESPECÍFICA	Prática
Criação Publicitária - Comunicação Institucional	72	ESPECÍFICA	Teórica / Prática
Projeto integrado - Branding e Comunicação Interna	36	ESPECÍFICA	Prática
Mídia - Pesquisa e Planejamento	36	ESPECÍFICA	Teórica
Produção Sonora Aplicada na Publicidade	36	ESPECÍFICA	Prática
Marketing de Relacionamento e CRM	36	ESPECÍFICA	Teórica
Total da Carga Horária	432		



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	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Filosofia da Comunicação	36	BASICA	Teórica
Engajamento e Influência	36	ESPECÍFICA	Teórica
Formação de Porta Vozes	36	ESPECÍFICA	Prática
Digital Creator	36	ESPECÍFICA	Prática
Sustentabilidade, Compliance e Governança Organizacional	36	ESPECIFICA	Teórica
Pesquisa – Conceitos Básicos	36	ESPECIFICA	Prática
Netnografia na Comunicação	36	BASICA	Prática
Relacionamento com Público Interno	36	ESPECIFICA	Prática
Tendências na Comunicação das Marcas	36	ESPECIFICA	Teórica
Total da Carga Horária	324		

6º Semestre	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Epistemologia em Comunicação	36	BASICA	Teórica
Projeto integrado - Trade e Promo	36	ESPECÍFICA	Prática
Mídia Aplicada	36	ESPECÍFICA	Teórica
Ativação e Trade Marketing	36	ESPECÍFICA	Teórica
Direção de Arte - Trade, Promo e PDV	36	ESPECIFICA	Prática
Direito Aplicado na Publicidade	36	EPECIFICA	Teórica
Filme Publicitário	36	ESPECÍFICA	Prática
Total da Carga Horária	252		

7º Semestre	H/A	Eixo	Teórica / Prática
RelGov e Política	36	ESPECÍFICA	Teórica
Empreendedorismo e Viabilidade de Negócios na Publicidade	36	ESPECÍFICA	Prática
Criação Publicitária - Comunicação Integrada	72	ESPECÍFICA	Teórica / Prática
Mensuração e Uso de Dados na Mídia	36	ESPECÍFICA	Prática
Planejamento de Comunicação Integrada	36	ESPECÍFICA	Prática
Total da Carga Horária	216		

8º Semestre	H/A	Eixo	Teórica / Prática
Mentoria de Projeto Publicidade e Propaganda	36	ESPECIFICA	Prática
Desenvolvimento de Projeto e Produto BCM: Publicidade e Propaganda	144	ESPECIFICA	Prática
Total da Carga Horária	180		



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.

3.6.2. O projeto pedagógico Institucional

O estudo do perfil do aluno ingressante e do perfil desejado para o egresso da Instituição contribuiu para a construção de um currículo que considerasse os seguintes aspectos:

- o perfil da Instituição, seu histórico e sua aproximação com as Artes;
- a necessidade de pensar a trajetória formativa do aluno de forma transdisciplinar;
- a contemplação de componentes curriculares inovadores, ágeis e com formatos diferenciados;
- a necessidade de estabelecer, como princípio, que o aluno precisa desenvolver o papel de protagonista de seu processo de aprendizagem e deve ter, na Instituição, uma referência para auxiliar sua trajetória de acordo com seu projeto individual de formação;
- a previsão de situações de aprendizagem que considerem o desenvolvimento de competências socioemocionais (soft skills) de forma que o aluno possa desenvolver sua formação de forma integral para além das competências e habilidades específicas de sua área.

Neste sentido, o modelo do Projeto Pedagógico Institucional para os cursos de Graduação prevê a combinação entre diferentes tipos de componentes curriculares que permitem ao aluno traçar sua trajetória formativa de forma personalizada e de acordo com seu projeto de vida profissional e pessoal.

A matriz dos cursos prevê componentes fixos e flexíveis conforme descrição a seguir:

Componentes Fixos

O desenho do Projeto Pedagógico Institucional prevê disciplinas obrigatórias no currículo que constituirão a linha mestra de sua formação, isto é, componentes curriculares previstos nas Diretrizes Curriculares de cada curso e específicas para o profissional de determinada área, bem como disciplinas identificadas com o Projeto Pedagógico Institucional do Centro Universitário Faap e que desenvolvem competências, habilidades e atitudes alinhadas ao perfil institucional do egresso.

Componentes Flexíveis

O projeto pedagógico institucional que orienta os cursos de Graduação propõe que o aluno desenvolva o protagonismo de seu processo de aprendizagem, desenvolva sua autonomia para a escolha de trajetórias de formação e se conscientize da necessidade de aprender a aprender, de forma que 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.

curiosidade, a busca por atualização e formação pessoal e profissional possa ser incorporada ao longo de sua vida, extrapolando o período de vigência do curso de Graduação.

O Centro Universitário oferece, a cada semestre, uma programação de disciplinas e atividades relacionados formação a competências pessoais e profissionais, elaborados, que devem ser escolhidas pelos alunos conforme suas necessidades e interesses, com o apoio de uma equipe de mentoria formada por professores de todos os cursos.

São componentes flexíveis previstos na matriz curricular do curso:

- PDCP (Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais): elenco de disciplinas flexíveis, que podem ser escolhidas pelo aluno, possibilitando trajetórias individualizadas e que contribuem para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à sua formação profissional, de forma complementar.
- PDCI (Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais): elenco de experiências de aprendizagem, propostas e atualizadas a cada semestre, voltadas para o desenvolvimento de competências e habilidades comportamentais (soft skills), novidades em sua área ou campo de formação, permitindo que o aluno tenha diferenciais em seu currículo com atualizações rápidas e com foco na empregabilidade. Composto por workshops, concursos, desafios, clube de leitura, oficinas, palestras, entre outros.

3.6.3. O projeto pedagógico Institucional e sua relação com o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda

Além de elencar o conjunto de componentes que atendem às Diretrizes Curriculares e ao perfil proposto para o egresso do curso de Publicidade e Propaganda, o Núcleo Docente Estruturante propôs a articulação desses componentes pensando, de um lado, uma sequência de crescente de complexidade e de aprofundamento dos conhecimentos exigidos pela profissão e, de outro, a transversalidade das disciplinas que compõem cada semestre, de modo a permitir a realização de atividades e trabalhos integrados.



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.

Nesse sentido, a matriz curricular propõe, já a partir do 3º semestre, a realização de projetos integrados que permitem o olhar prático e aplicado daqueles conhecimentos que estão sendo explorados em cada uma das disciplinas do semestre. O Projeto Integrado é um componente essencial para o profissional de publicidade e propaganda pois permite o exercício de diferentes processos de ensino-aprendizagem, como o trabalho de campo, a formação de equipes, o desenvolvimento de um trabalho colaborativo e a vivência de uma situação real de trabalho.

Em diálogo com os NDEs dos cursos de Jornalismo e de Relações Públicas, foram trazidos para a formação em Publicidade e Propaganda componentes com perfil interdisciplinar que trazem competências pontuais que ampliam a capacidade de produzir conteúdos relevantes e de planejar um uso integrado das ferramentas de comunicação.

Em relação aos componentes flexíveis do Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais - PDCP, o NDE propôs disciplinas segundo dois critérios: primeiro, elencando trilhas complementares aos componentes fixos da matriz, formando competências nas áreas de estética, tecnologia e empreendedorismo; segundo, oferecendo disciplinas específicas que permitem testar com grande agilidade as tendências do mercado de publicidade e propaganda. Por sua vez, o Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais – PDCI, oferece ao aluno um portfólio amplo de cursos, oficinas e grupos de estudos que investem no desenvolvimento de soft skills e na formação de um repertório de conhecimentos que contribua para a sinergia entre realização pessoal e profissional.

3.6.4. Os requisitos legais relacionados a direitos humanos, direito ambiental, sustentabilidade, diversidade, valores democráticos

Os valores declarados Centro Universitário Armando Álvares Penteado – excelência acadêmica, o comprometimento com a arte e a cultura, o respeito à cidadania e ao comportamento ético e social, o compromisso com a sociedade e com a qualidade de vida e a visão de futuro centrada na inovação social sustentável – permitiram que a FAAP construísse de forma orgânica ações que respondem a diversos problemas sistêmicos da contemporaneidade. A instituição promove diferentes ações institucionais, por meio de seus diversos setores, com temáticas previstas pela legislação, conforme “documentos



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.

orientadores” deste Projeto Pedagógico, voltadas aos debates sobre direitos humanos, educação ambiental, relações étnico-raciais, história e cultura africana e afro-brasileira e indígena.

A partir dessas urgências, foram mapeadas disciplinas cujas ementas já demonstram forte identificação com esses temas.

- Contemporaneidade e Global Affairs
- Antropologia
- Sociologia e Mídia
- Estudos Culturais
- Sustentabilidade, Compliance e Governança Organizacional

E foram também criadas disciplinas específicas centradas no modo como tais temas atravessam o campo profissional do aluno.

- Comunicação e Sustentabilidade
- Direitos Humanos
- Narrativas Hegemônicas e Contra-Hegemônicas

Além disso, a disciplina de Libras – Língua Brasileira de Sinais é oferecida aos alunos todos os semestres, como componente curricular optativo.

Temas como inclusão e equidade, teorias sobre gênero e raça, sustentabilidade, direitos humanos, abordagens pós-coloniais e decoloniais da história do Brasil e do Mundo tem pautado a programação de cursos oferecida pelo Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais – PDCI, responsável pela oferta de componentes flexíveis da matriz curricular, bem como por um universo de atividades extracurriculares oferecidas em formatos diversos, tais como palestras, oficinas, visitas técnicas, monitorias, exposições de arte e visitas a museus, filmes, peças teatrais, iniciação científica, cursos extracurriculares, congresso, seminários, simpósios.

Por fim, esses temas atravessam a grande maioria das ações extensionistas que têm entre suas prioridades os seguintes recortes: tradições culturais, direitos de grupos sociais; organizações populares, educação étnico-racial, meio ambiente e desenvolvimento sustentável.

3.6.5. Fluxograma

FLUXOGRAMA

1º SEMESTRE	2º SEMESTRE	3º SEMESTRE	4º SEMESTRE	5º SEMESTRE	6º SEMESTRE	7º SEMESTRE	8º SEMESTRE	144
Comunicação Publicitária 36 Prática	Análise da Imagem 36 Teórica	Criação Publicitária - Produto e Serviço 72 Prat / Teor	Brand Publishing 72 Prática	Digital Creator 36 Prática	Ativação e Trade Marketing 36 Teórica	Criação Publicitária - Comunicação Integrada 36 Teórica	72 Prat / Teor	8º SEMESTRE
Contemporaneidade e Global Affairs 72 Teórica	Antropologia 36 Teórica	Fact Checking e Verificação de Desinformação 36 Prática	Criação Publicitária - Comunicação Institucional 36 Prática	Engajamento e Influência 36 Teórica	Direção de Arte - Trade, Promo e PDV 36 Prática	Empreendedorismo e Viabilidade de Negócios na Publicidade 36 Prática	Desenvolvimento de Projeto e Produto de Comunicação e Propaganda 36 Prática	144
Direitos Humanos 36 Teórica	Comunicação e Sustentabilidade 36 Teórica	Fotografia Publicitária 36 Prática	Estudos Culturais 36 Teórica	Filosofia da Comunicação 36 Teórica	Direito Aplicado na Publicidade 36 Teórica	Mensuração e Uso de Dados na Mídia 36 Teórica		
Fundamentos de Marketing 36 Teórica	Estatística Aplicada à Comunicação 36 Prática	Fundamentos da Publicidade 36 Teórica	Gestão de Dados Digitais - B.I. 36 Teórica	Formação de Porta Vozes 36 Prática	Epistemologia em Comunicação 36 Teórica	Planejamento de Comunicação Integrada 36 Prática	Mentoria de Projeto Publicidade e Propaganda 36 Prática	36
Laboratório de Produção Audiovisual 36 Prática	Fundamentos do Meio Digital 36 Teórica	Fundamentos de Mídia 36 Teórica	Marketing de Relacionamento e CRM 36 Teórica	Neurografia na Comunicação 36 Prática	Filme Publicitário 36 Teórica	RelGov e Política 36 Teórica		
Laboratório de Produção Fotográfica 36 Prática	Inteligência Artificial Aplicada à Comunicação 36 Prática	Marketing Social - 3º setor 36 Teórica	Relacionamento com Público Interno 36 Prática	Pesquisa - Conceitos Básicos 36 Prática	Mídia Aplicada 36 Teórica			
Laboratório de Produção Sonora e Podcast 36 Prática	Laboratório de Design Gráfico e Digital 36 Prática	Planejamento Estratégico de Marketing - Produto e Serviço 36 Teórica	Mídia - Pesquisa e Planejamento Narrativas Hegemônicas e Contrahegemônicas 36 Teórica	Sustentabilidade, Compliance e Governança Organizacional 36 Teórica	Projeto Integrado - Trade e Promo 36 Prática			
Opinião Pública e Argumentação 36 Prática	Prevenção e Gestão de Crise 36 Teórica	Projeto Integrado - 3º setor 36 Prática	Produção Sonora Aplicada na Publicidade 36 Prática	Tendências na Comunicação das Marcas 36 Teórica				
Técnicas de Entrevista 36 Prática	Psicologia da Comunicação 36 Teórica	Relacionamento com Consumidor 36 Prática	Projeto Integrado - Branding e Comunicação Interna 36 Teórica					
Técnicas de Reportagem 36 Prática	Storytelling e Transmídia 36 Teórica	Sociologia e Mídia 36 Teórica	SEO, SEM e inbound Marketing 36 Prática					
Teorias da Comunicação 36 Teórica	Teorias das Mídias 36 Teórica	Web design, UX e UI 36 Prática						
Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre	Total do semestre
432	432	432	432	324	252	216	180	180

BIKOS	Qtde.	Percent.	CH	Percent.
Básica	22	33%	864	32%
Específica	45	67%	1836	68%
Totais	67	100%	2700	100%

TIPO	Qtde	Percent.	CH	Percent.
PRÁTICAS	32	47,76%	1296	600,00%
TEÓRICAS	32	47,76%	1188	550,00%
TEÓRICO-PRÁTICAS	3	4,48%	216	8,00%
Totais	67	100,00%	2700	558,00%

Componente Curricular	CH
Disciplinas	2700
Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais - PDCP	108
Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais - PDCI	24
Práticas Extensionistas	524
Atividades Complementares	84
Total	3240



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.

3.6.6. Ementas, Bibliografias básica e complementar

São apresentadas, a seguir, separadas por módulos, as ementas e as bibliografias de cada uma das disciplinas que compõem o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda:

1º Semestre

Comunicação Publicitária		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Estudo do texto verbal e funções de linguagem. Técnicas e regras para interpretação de textos e práticas gramaticais. Compreensão e análise de textos publicitários. O texto e as relações de ideologia e preconceitos. Introdução aos elementos da redação publicitária. O texto e as relações com ideologia e preconceitos linguísticos.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BLIKSTEIN, Isidoro. Técnicas de comunicação escrita . São Paulo: Ática, 2006. BAGNO, Marcos. Preconceito linguístico: o que é, como se faz . 49ª. ed. São Paulo: Loyola, 2007. HOOKS, Bell. Ensinando pensamento crítico: sabedoria prática . Tradução Bhuvi Libanio. São Paulo: Elefante, 2020.	CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Analia Cochar. Texto & interação: uma proposta de produção textual a partir de gêneros e projetos . São Paulo: Atual, 2013. CITELLI, Adilson. Linguagem e persuasão . São Paulo: Ática, 2004. DISCINI, NORMA. Comunicação nos textos . São Paulo: Contexto, 2015. SAUTCHUK, INEZ. Perca o medo de escrever: da frase ao texto . São Paulo: Saraiva, 2011. MARTINS, Zeca. Redação publicitária: a prática na prática . 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 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.

Contemporaneidade e Global Affairs		Carga Horária: 72 h/a
Ementa: As principais questões do debate público contemporâneo que influenciam a tomada de decisão de profissionais de comunicação a partir da cobertura midiática dos acontecimentos e da leitura de textos correlacionados aos temas.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BURKE, Peter. Problemas causados por Gutenberg: a explosão da informação nos primórdios da Europa moderna. In: Estudos Avançados , 16 (44): https://doi.org/10.1590/S0103-40142002000100010 , 2002.	BIROLI, Flávia. Gênero e desigualdades . São Paulo: Boitempo, 2018.	
CERQUEIRA, Daniel, e Samira Bueno (coord.). Atlas da violência 2023 . Brasília: Ipea; FBSP: https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/publicacao , 2023.	COSTA, Caio Túlio et al. Tempestade perfeita: sete visões da crise do jornalismo profissional . Rio de Janeiro: História Real, 2021.	
PRZEWORSKI, Adam. Crises of Democracy . Cambridge: Cambridge University Press, 2019.	DIAS, Camila Nunes. PCC – Hegemonia nas prisões e monopólio da violência . São Paulo: Editora Saraiva, 2013.	
	HAGGARD, Stephan, e Robert Kaufman. The anatomy of democratic backsliding. In: Journal of Democracy : vol. 32, no. 4, Oct. 2021, pp. 27–41, 2021.	
	LEVITSKY, Steven, e Daniel Ziblatt. How democracies die . New York: Crown, 2018.	

Direitos Humanos		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Justiça, direitos e cidadania. Humanidade e direitos humanos: liberdade, igualdade, fraternidade. Classe, gênero e relações étnico raciais. Globalização e gerações de direitos no século XXI; a emergência dos direitos ambientais.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil: o longo caminho . 27. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.	ARRUZA, Cinzia, BHATTACHARYA, Tithi; FRASER, Nancy. Feminismo para os 99%: um manifesto . São Paulo: Boitempo, 2019.	
DAVIS, Ângela. Mulheres, raça e classe . São Paulo: Boitempo, 2016.	GUDYNAS, Eduardo. Direitos da natureza . São Paulo: Elefante, 2019.	
HUNT, Lynn. A invenção dos direitos humanos: uma história . São Paulo: Companhia das Letras, 2007.	HONNETH, Axel. Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais . São Paulo: Editora 34, 2003.	
	MARSHALL, T. H.; BOTTOMORE, Tom. Cidadania e classes sociais . São Paulo: Editora da Unesp, 2021.	
	MBEMBE, Achille. Crítica da razão negra . São Paulo: n-1 edições, 2018.	



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.

Fundamentos de Marketing		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceito, histórico, evolução e aplicações do marketing. Análise do ambiente de marketing e do sistema de informações. Estudo do composto mercadológico. Abordagem moderna e estratégica do marketing, com ênfase na responsabilidade social.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
AJZENTAL, Alberto. HPM: história do pensamento em marketing . São Paulo: Saraiva, 2010. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing . 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012. KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing . 15ª ed. São Paulo. Pearson, 2015.	GRÖNROOS, Christian. From marketing mix to relationship marketing-towards a paradigm shift in marketing . Management decision, v. 35, n. 4, p. 322-339, 1997. MACINNIS, Deborah J.; FOLKES, Valerie S. The disciplinary status of consumer behavior: A sociology of science perspective on key controversies . Journal of Consumer Research, v. 36, n. 6, p. 899, 2010. MIRANDA, Claudia MC; ARRUDA, Danielle MO. A evolução do pensamento de marketing: uma análise do corpo doutrinário acumulado no século XX . Revista Interdisciplinar de Marketing, v. 3, n. 1, 2004.	

Laboratório de Produção Audiovisual		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Criação de conteúdos audiovisuais, captação, edição e finalização. Técnicas narrativas e estéticas específicas para os contextos informativos, publicitários e institucionais, com foco em estratégias criativas e multiplataforma.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
MCKEE, Robert. Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro . Curitiba: Art&Letra, 2018. TORNOCZY JR, Ernesto. A arte da composição . Santa Catarina: iPhoto, 2013. TORNOCZY JR, Ernesto. A arte da composição . Santa Catarina: iPhoto, 2013. XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas . Rio de Janeiro: Best Business, 2015.	BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário . 2. ed. São Paulo: SENAC, 2010. GÜENAGA ANEAS, T. A construção social da autoria de filmes publicitários. In: Comunicação, Mídia e Consumo , [s. l.], v. 15, n. 42, p. 138-155. SARAIVA, Leandro; CANNITO, Newton. Manual de roteiro: ou manual, o primo dos manuais de cinema e tv . São Paulo: Conrad, 2004.	



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.

Laboratório e Produção Fotográfica		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Conceitos e técnicas da fotografia digital. Linguagem fotográfica: enquadramento, composição, enquadramento, luz e movimento. Usos e funções da fotografia na comunicação. Produção de narrativas com a imagem fotográfica.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.</p> <p>HEDGECOE, John. O novo manual de fotografia. 4. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2013.</p> <p>TRIGO, Thales. Equipamento fotográfico: teoria prática. 6. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2015.</p>	<p>RAMALHO, José Antônio. Escola de fotografia: o guia básico da técnica à estética. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.</p> <p>TARNOCZY JUNIOR, Ernesto. A arte da composição. Santa Catarina: Photos, 2008.</p> <p>RAMALHO, José Antônio. Guia de Lentes e Objetivas: aprenda a escolher e dominar seus recursos. Balneário Camboriú (SC): iPhoto, 2014.</p>	

Laboratório de Produção Sonora e PodCast		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Roteiro, planejamento, gravação e edição de conteúdos sonoros, com ênfase em podcasts. Trilha e efeitos sonoros. Adequação de conteúdo para Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>HAUSMAN, CARL et al. Rádio: produção, programação e performance. 8ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e mídias sociais: Mediações e Interações Radiofônicas em Plataformas digitais de comunicação. Editora: 1ª edição. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.</p> <p>PRADO, Magaly. Produção de rádio: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p>	<p>BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (Org.). Televisão, cinema e mídias digitais. Florianópolis: Insular, 2012.</p> <p>SELLAS, T.; SOLÀ, S. Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. In: Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 63–81, 2019. DOI 10.1386/rjao.17.1.63_1. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=5&sid=7f187892-a507-40db-a541-ed13b21d0d0e%40redis</p> <p>WATERS, R. D. et al. Messaging, music, and mailbags: How technical design and entertainment boost the performance of environmental organizations' podcasts. In: Public Relations Review, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 64–68, 2012. DOI 10.1016/j.pubrev.2011.11.004. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=5&sid=7f187892-a507-40db-a541-ed13b21d0d0e%40redis</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.

Opinião Pública e Argumentação		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Conceituações de Opinião Pública: origem e desenvolvimento. Elementos formadores de opinião. Expressão da Opinião Pública. Examinar a natureza da opinião pública contemporânea. Grande Opinião Pública x Pequena Opinião Pública. Agenda Setting. Utilização da mídia como canal formador e disseminador da opinião pública.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ABREU, Antônio Suárez. A arte de Argumentar: Gerenciando Razão e Emoção. 13ª. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2009.</p> <p>LIPPMANN, Walter. Opinião Pública Coleção Clássicos da Comunicação Social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.</p> <p>MACCOMBS; Maxwell . Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.</p>	<p>BAVARESCO, Agemir. Fenomenologia da Opinião Pública. São Paulo: Loyola, 2004.</p> <p>CESCA, Cleuza Gertrudes Gimenes. Comunicação Dirigida Escrita na Empresa - Teoria e Prática. São Paulo: Summus, 2006.</p> <p>CHILDS, Harwood L. Relações Públicas, Propaganda e Opinião Pública. Rio de Janeiro : Usaid, 1964.</p> <p>FOUCAULT, Michel. A arqueologia do saber. 7ª. Rio de Janeiro: Forense, 2004.</p> <p>NEVES, Roberto Castro. Crises empresariais com a opinião pública. São Paulo: Mauad, 2002.</p>	

Técnicas de Entrevista		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Tipos de entrevistas (classificação); preparação para a entrevista; apresentação da entrevista em texto.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ERBOLATO, Mário. Técnicas de codificação em jornalismo. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 2001.</p> <p>FLORESTA, Cleide; BRASLAUSKAS, Ligia. Técnicas de reportagem e entrevista em jornalismo. Roteiro para uma boa apuração. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>OYAMA, Thaís. A arte de entrevistar bem. São Paulo: Contexto, 2014.</p>	<p>LAGE, Nilson. A reportagem. Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.</p> <p>MAROCCO, Beatriz (org.). Entrevista na prática jornalística e na pesquisa. Porto Alegre: Libretos, 2012.</p> <p>FOLHA DE S. PAULO. Manual da Folha de S. Paulo. São Paulo: Publifolha, 2001.</p> <p>MEDINA, Cremilda de Araújo. Entrevista: o diálogo possível. 4. ed. São Paulo: Ática, 2000/2004.</p> <p>MÜHLHAUS, Carla. Por trás da entrevista. São Paulo: Record, 2007.</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.

Técnicas de Reportagem		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: O que é reportagem; tipos de pauta; apuração; checagem; organização das informações; construção de textos; importância das fontes.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
HUNTER, Mark Lee. A Investigação a partir de histórias: um manual para jornalistas investigativos . UNESCO, 2013. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226456 . Acesso em: 25/06/2020. KOTSCHO, Ricardo. A prática da reportagem . São Paulo: Editora Ática, 2007. LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística . Rio de Janeiro: Record, 2005.	ASSIS, J. Carlos de. Os sete mandamentos do jornalismo investigativo: inteligência, ética e coragem na construção da reportagem . São Paulo: Textonovo, 2015. FLORESTA, Cleide; BRASLAUSKAS, Ligia. Técnicas de reportagem e entrevista em jornalismo. Roteiro para uma boa apuração . São Paulo: Saraiva, 2009. KOTSCHO, Ricardo. Do golpe ao Planalto: uma vida de repórter . São Paulo: Companhia das Letras, 2006. SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia . São Paulo: Summus Editorial, 2005 SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística . 3ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.	



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		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: O campo de estudos da comunicação e seu objeto. Contribuições interdisciplinares para a constituição das teorias da comunicação. As relações entre comunicação e cultura. A cultura como sistema de significação. Os processos de comunicação e os conceitos fundamentais para análise do simbólico. Comunicação como esfera de mediação social. Estudo dos conceitos, modelos, estruturas e paradigmas da comunicação.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FLUSSER, Vilém. O Mundo Codificado. São Paulo: Ubu Editora, 2007.</p> <p>MIÊGE, Bernard. A sociedade tecida pela comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.</p> <p>PIGNATARI, Décio. Informação, Linguagem, Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 2013.</p>	<p>HOHLFELDT, Antonio; MARTINS, Luiz e FRANÇA, Vera Veiga (orgs). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.</p> <p>MORIN, Edgar. Sobre a Estética. São Paulo: Pró-saber, 2017.</p> <p>PIGNATARI, Décio. Contrainformação. 8ª. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007</p> <p>WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Martins Fontes. São Paulo, 2003.</p> <p>WULF, Christoph; GEBAUER, Gunter. Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas. São Paulo: Annablume, 2004.</p>	

2º Semestre

Análise da Imagem		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Teorias sobre a imagem. Conceitos para a análise do discurso visual. Construção do discurso visual.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.</p> <p>FLUSSER, Vilém. O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.</p> <p>BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.</p>	<p>MACHADO, Arlindo. Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas. 3 ed. São Paulo: Edusp, 2001.</p> <p>GRAU, Oliver. Arte virtual: da ilusão à imersão. São Paulo: Unesp, 2005.</p> <p>NEIVA JÚNIOR, Eduardo. A imagem. São Paulo: Ática, 1994.</p> <p>PARENTE, André (Org.). Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual. 3 ed. São Paulo: Editora 34, 1999</p> <p>SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2010.</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.

Antropologia		Carga Horária: 36 h/a
<p>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.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>CUCHE, Denys. A noção de cultura nas Ciências Sociais. Bauru: EDUSC, 2010.</p> <p>LAPLANTINE, François. Aprender Antropologia. São Paulo: Brasiliense, 2010.</p> <p>SCHWARCZ, Lilia Moritz. Um enigma chamado Brasil. São Paulo: Cia. Das Letras, 2009.</p>	<p>CANCLINI, Néstor García. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: Iluminuras / Itaú Cultural, 2008.</p> <p>DA MATTA, Roberto. Relativizando. Uma introdução à Antropologia Social. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.</p> <p>GEERTZ, Clifford. Nova luz sobre a Antropologia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.</p> <p>HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.</p> <p>SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.</p>	

Branding, Reputação e Imagem Pública		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Branding e gestão de marcas. Estratégias para o desenvolvimento e fortalecimento da identidade e imagem da marca. Construção da reputação e percepção pública. Gestão e impacto da imagem de indivíduos e organizações na sociedade contemporânea.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>HEALEY, Matthew. O que é Branding? 1ª. São Paulo: GG Brasil, 2009.</p> <p>KELLER, Kevin Lane e MACHADO, Marcos. Gestão Estratégica de Marcas. 1ª. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>ORGEN, James R. e CRESCITELLI, Edson. Comunicação Intergrada de Marketing. 1ª. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.</p>	<p>BATEY, Mark. O Significado da Marca. 1ª. São Paulo: Best Business, 2010.</p> <p>KUNSH, Margarida Maria Krohling. Obtendo Resultados com Relações Públicas. 1ª. São Paulo: Thomson, 2006.</p> <p>TAVARES, Maurício. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação. 1ª. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>VASCONCELOS, Luciane Ricciotti. Manual de Planejamento de Comunicação Integrada. 1ª. São Paulo: Summus, 2009.</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.

Comunicação e Sustentabilidade	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: A era do Antropoceno e suas implicações para a sociedade contemporânea. O papel da comunicação na sustentabilidade. RSC, ESG, ética, greenwashing e consumo consciente. Análise de estratégias para construir reputação e engajamento com stakeholders. Relações entre economia e ecologia na interpretação das dinâmicas globais. Introdução ao conceito de Marketing Existencial como ferramenta para promoção de valores, sustentabilidade e propósito em contextos organizacionais e sociais.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>CRUZ, Augusto. Introdução ao ESG: meio ambiente, social e governança corporativa. 2. ed. São Paulo: Scortecci, 2021.</p> <p>LEE, Nancy R.; KOTLER, Philip. Marketing social. São Paulo: Editora Saraiva, 2020. E-book. ISBN 9788571440319. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440319/. Acesso em: 09 abr. 2024.</p> <p>MACHADO, Leandro. Como defender sua causa. São Paulo: Nacional, 2021.</p>	<p>LEMOS, Else; SALVATORI, Patricia (org.) Comunicação, Diversidades e Organizações: Pensamento e Ação [recurso eletrônico]. – 1. ed. – São Paulo: Abrapcorp, 2019. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/05/1_abrapcorp_comunicacao_diversidades_organizacoes.pdf</p> <p>IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Governança Corporativa e Boas Práticas de Comunicação. São Paulo, SP: IBGC, 2017. Disponível em: https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21954</p> <p>PRADO, Elisa; LINS, Tatiana Maia. Reputação e valor compartilhado: conversas com CEOs das empresas líderes em ESG. São Paulo: Aberje, 2022</p> <p>IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Código das melhores práticas de governança corporativa. 6.ed. / São Paulo, SP: IBGC, 2023.</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.

Estatística Aplicada à Comunicação		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceitos fundamentais de estatística no contexto da comunicação e publicidade. Desenvolvimento de habilidades para análise de dados e tomada de decisões estratégicas baseadas em evidências. Aplicações práticas em campanhas publicitárias, estratégias de mídia e mensuração de resultados de ações comunicacionais. Interpretação de dados para produção de notícias.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
MAGALHÃES, Marcos Nascimento; LIMA, Antonio Carlos Pedroso. Noções de Probabilidade e Estatística , 7ª ed., São Paulo: EDUSP, 2010. BUSSAB, W.O. e MORETTIN, P.A. Estatística Básica . 6ª ed., São Paulo: Saraiva, 2009. SOARES, José Francisco; FARIAS, A.A.; CÉSAR, C.C. Introdução à Estatística . 3ª ed., Rio de Janeiro: LTC, 2002.	JONES, Ben. Learning to See Data: How to Interpret the Visual Language of Charts . Editora Data Literacy Press, 2020. SALKIND, Neil; FREY, Bruce. Statistics for People Who (Think They) Hate Statistics . Sage Publications, 2019. HUFF, Darrell. Como mentir com estatística . Intrínseca, 2016.	

Fundamentos do Meio Digital		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Estudo das redes sociais e dos fundamentos do meio digital. Análise da linguagem e das dinâmicas próprias da comunicação digital. Uso estratégico de plataformas de redes sociais como canais de relacionamento, engajamento e construção de marca. Abordagem sobre tendências, métricas e desafios no ambiente digital.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável . São Paulo: Aleph, 2014. SANTAELLA, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura . 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010. SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado . Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.	BARGER, Christopher. O estrategista em mídias sociais: desenvolva um programa bem-sucedido trabalhando de dentro para fora em sua empresa . São Paulo: DVS, 2013. JENKINS, Henry. Cultura da convergência . São Paulo: Aleph, 2008. LANIER, Jaron. Gadget, você não é um aplicativo! Um manifesto sobre como a tecnologia interage com nossa cultura . São Paulo: Saraiva, 2010. SANTAELLA, Lúcia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo . 3. ed. São Paulo: Paulus, 2009. SCHNEIDER HAHN, I. et al. A Confiança do Consumidor e a Resposta Emocional à Propaganda em Mídias Sociais e sua Influência na Avaliação das Marcas. In: Brazilian Business Review (Portuguese Edition), [s. l.], v. 13, n. 4, p. 51-74, 2016. https://bbronline.com.br/index.php/bbr/article/download/124/186	



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.

Inteligência Artificial Aplicada à Comunicação		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Inteligência Artificial. Aprendizado de Máquina. Processamento e Geração de Linguagem Natural. Introdução ao Machine Learning e sua aplicação na análise e tomada de decisões. Funcionamento dos algoritmos, seus impactos e limites, com enfoque nos aspectos éticos e nos juízos envolvidos na inteligência artificial. Discussão sobre o papel das Big Techs, questões de privacidade e rastros digitais no contexto contemporâneo. Estudo do comportamento humano e mapeamento de padrões a partir de dados gerados por tecnologias emergentes.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>TAULLI, Tom. Introdução à Inteligência Artificial: uma Abordagem Não Técnica. Editora Novatec, 2020.</p> <p>RUSSEL, Stuart. Inteligência artificial a nosso favor: Como manter o controle sobre a tecnologia. Companhia das Letras, 2021.</p> <p>LEE, Kai Fu. Inteligência Artificial. Globo Livros, 2019.</p>	<p>TEGMARK, Max. Vida 3.0: O ser humano na era da inteligência artificial. Editora Benvirá, 2020.</p> <p>RUSSEL, Stuart; NORVIG, Peter. Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th Edition), Ed. Pearson, 2020.</p> <p>BOSTROM, Nick. Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies. Oxford University Press, 2016.</p>	

Laboratório de Design Gráfico e Digital		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Sistemas de cores. Tipos de arquivos digitais. Sistemas de impressão e acabamento. Tipos de papel. Conceitos básicos de tipografia e diagramação. Noções básicas de softwares gráficos. Aplicação em Publicidade, Jornalismo e Relações Públicas.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>COLLARO, Antonio Celso. Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>FALLEIROS, Dario Pimentel. O mundo gráfico da informática. São Paulo: Futura, 2003.</p> <p>FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; DORINHO (Ilustrador). Psicodinâmica das cores em comunicação. 6. ed. São Paulo: Editora Blücher, 2011.</p>	<p>AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Formato. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>FONSECA, Joaquim da. Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros. Porto Alegre: Bookman, 2008</p> <p>MORAES, Ary; BRAGA, Marcos. Design de notícias: A acessibilidade do cotidiano. São Paulo: Editora Blücher, 2015. E-book. p.149. ISBN 9788521208648. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208648</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.

Prevenção e Gestão de Crise		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Comunicação, imagem e reputação corporativa. Crise Corporativa. O profissional de relações públicas e a gestão de crises. Estratégias e ferramentas para a gestão de crises, com foco na preservação e recuperação da confiança pública. O profissional de comunicação como gestor de crises, planejamento de respostas, a comunicação estratégica com stakeholders e a prevenção de crises futuras.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BARBEIRO, Heródoto. Media Training . São Paulo: Saraiva, 2008.	ARGENTI, Paul. Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação . Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.	
FORNI, João José. Gestão de Crises e Comunicação: o que os gestores e profissionais de comunicação precisam saber . São Paulo: Atlas, 2013.	OLIVEIRA, Matheus Furlanetto. O papel essencial das Relações Públicas no gerenciamento de crises . Ed. 6. São Paulo: In Revista Organigom - ECA/ USP, 2007.	
LUCAS, Luciana. Com Credibilidade não se Brinca . São Paulo: Summus, 2004	ROSA, Mário. A Era do Escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem . São Paulo: Geração Editorial, 2003.	
	ROSA, Mario. Reputação na velocidade do pensamento . Geração Editorial, 2006.	
	TERRA, Carol Frazon. Relações Públicas na era dos megafones digitais . São Paulo: Summus, 2011.	

Psicologia da Comunicação		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de Psicologia suscetíveis de aplicação no campo da comunicação. Formação do imaginário do receptor através da teoria.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CASTILHO, Kathia; VILAÇA, Nisia (orgs). O novo luxo . 2ª. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.	FREUD, Sigmund. Psicologia das massas e análise do Eu . São Paulo: Cia das Letras, 2010.	
KEHL, Maria Rita. O tempo e o cão: a atualidade das depressões . 1a. São Paulo: Boitempo Editorial, 2009.	ILLOUZ, Eva. O amor nos tempos do capitalismo . Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.	
WINNICOTT, Donald Woods. Da pediatria a psicanálise . 2a.. Rio: IMAGO, 2000.	SODRÉ, Muniz. Televisão e psicanálise . 2ª. São Paulo: Ática, 2004.	
	THEODORO, Marlene. A era do Eu S.A. 3a. São Paulo: Saraiva, 2004.	
	GRINBERG, Luiz Paulo. Jung: o homem criativo . 2. ed. São Paulo: FTD, 2003. 238 p. (Coleção por outro lado). ISBN 8532226035 (broch.).	



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.

Storytelling e Transmídia		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Introdução aos conceitos e técnicas de narrativas transmidiáticas. Oportunidades oferecidas pela cultura da convergência e seus impactos na comunicação. Desenvolvimento de histórias para marcas, abordando a criação de conteúdos integrados e adaptados a múltiplas plataformas de comunicação, com foco na construção de experiências imersivas para o público.</p>		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2a. São Paulo: Aleph, 2008.</p> <p>MARK, Margaret; PEARSON, Carol. O herói e o fora da lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.</p> <p>MCSILL, James. Cinco lições de storytelling: fatos, ficção e fantasia. São Paulo: DVS, 2013.</p>		<p>ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus, 2006.</p> <p>CANNITO, Newton. A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus Editorial, 2010.</p> <p>PISANI, Francis; PIOTET, Dominique. Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões. São Paulo: SENAC, 2010.</p> <p>SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.</p> <p>VOGLER, Christopher. A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores. 3a. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 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.

Teorias das Mídias		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Cultura, Comunicação e Tecnologia. A relação dos meios de comunicação com as manifestações culturais da sociedade. As transformações comunicacionais dos modelos lineares e em rede. Os diferentes mecanismos de controle no uso dos meios de Comunicação e na produção de conteúdo.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FLUSSER, Vilém. Filosofia da Caixa Preta. São Paulo: É Realizações, 2018.</p> <p>MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 2002.</p> <p>FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-modernismo. São Paulo: Nobel, 2009.</p>	<p>MORAES, Dênis de (Org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.</p> <p>LIMA, Luiz Costa (Org.). Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Paz e Terra, 2000.</p> <p>THOMPSON, John. Mídia e Modernidade. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.</p> <p>SODRÉ, Muniz. Antropológica do Espelho, uma teoria da comunicação linear e em rede. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.</p> <p>DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Comentário sobre a sociedade do espetáculo. São Paulo: Contraponto, 2015.</p>	

3º Semestre

Criação Publicitária - Produto e Serviço		Carga Horária: 72 h/a
<p>Ementa: Fundamentos e técnicas de redação e direção de arte publicitárias. Desenvolvimento do processo criativo para elaboração de peças publicitárias para produtos ou serviços em diferentes formatos. Técnicas de argumentação, design e diagramação de peças gráficas e digitais.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. 10. ed. Brasília: Senac, 2013.</p> <p>HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. 2. ed. São Paulo: Nobel, 1986.</p> <p>SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: teoria, técnica e prática. 8. ed., rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2009.</p>	<p>BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa. 3. ed. São Paulo: Thomson, 2006.</p> <p>LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.</p> <p>MARTINS, Zeca. Redação publicitária: a prática na prática. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.</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.

Fact Checking e Verificação de Desinformação		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Metodologias e técnicas de apuração da desinformação. Ferramentas e plataformas colaborativas. Desenvolvimento e uso de aplicativos para a pesquisa e apuração da informação falsa em comunicação. Agências de combate à desinformação nacionais e internacionais e redes de apoio. Participação dos públicos.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CARVALHO RAMOS, André de. Processo internacional de direitos humanos: análise dos mecanismos de apuração de violações de direitos humanos e a implementação das decisões no Brasil . 6ª ed. São Paulo: SaraivaJur, 2019. LELO, Thales. A expansão do Fact Checking no Brasil: entre o ideal da participação e os dilemas da plataformização . Vol 30, 2021 – 140509. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo do XXX Encontro Anual da Compós, PUC de São Paulo, São Paulo - SP, 27 a 30 de julho de 2021. SANTOS, Roney Lira de Sales. Fact-checking for portuguese : knowledge graph and Google search-based methods . Disponível em: https://orcid.org/0000-0001-9562-0605 < https://doi.org/10.1007/978-3-030-41505-1_19 >. Acesso em: 03 mar. 2020.; 24 February 2020.	DANTAS, Humberto et al (orgs.). Análise política & jornalismo de dados: ensaios a partir do Basômetro . Rio de Janeiro: FGV, 2014. MOROZOV, Evgeny. Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política . São Paulo: Ubu editora, 2018. RAIS, Diogo. Fake News. A Conexão entre a Desinformação e o Direito . São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018. SCHROEDER BUITONI, Dulcília (org.). Jornalismo em Tempo de Transformação: Desafios de Produção e de Ação . Porto Alegre: Sulina, 2018. SUMPTER, David. Dominados pelos números . Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.	



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.

Fotografia Publicitária		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Fotografia aplicada ao mercado publicitário. Técnicas de produção em estúdio fotográfico. Fotografia e identidade da marca. Desenvolvimento de imagens para campanhas publicitárias.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
ANG, Tom. Fotografia digital: uma introdução . 3ª ed. São Paulo: SENAC, 2007.	DAVIS, Harold. Iluminação criativa: truques e técnicas para fotógrafos . Balneário. Camboriú: Photos, 2015.	
GREY, Christopher. Iluminação em estúdio: técnicas e truques para fotógrafos digitais . Balneário Camboriú: Photos, 2012.	HUNTER, Fil; BIVER, Steven; FUQUA, Paul. Luz, ciência & magia: guia de iluminação fotográfica . 3. ed., rev. e ampl. Balneário Camboriú: Photos, 2014.	
LEITE, Enio. Fotografia digital: aprendendo a fotografar com qualidade . 4ª ed. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2017.	PRAKE, David. Iluminação . 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.	
	DE GREGORIO, F.; WINDELS, K. Are Advertising Agency Creatives More Creative Than Anyone Else? An Exploratory Test of Competing Predictions. In: Journal of Advertising , [s. l.], v. 50, n. 2, p. 207–216, 2021. DOI 10.1080/00913367.2020.1799268. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=151225139&lang=pt-br&site=ehost-live . Acesso em: 9 abr. 2024.	



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.

Fundamentos da Publicidade		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: A história da publicidade. Os diversos setores de empresas de comunicação. As entidades publicitárias no Brasil e no mundo. As agências de publicidade no mercado atual. Principais funções administrativas e áreas dentro de agências de publicidade. Tendências no mercado de trabalho publicitário.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade: a verdadeira alma do negócio. São Paulo: Cengage Learning, 2010. PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Org.) Hiperpublicidade: atividades e tendências. São Paulo: Thomson Learning, 2008. PIMENTA, Daniel. Como ingressar no mercado publicitário: para estudantes e interessados em trabalhar em agências de propaganda. São Caetano do Sul: Difusão, Rio de Janeiro: Senac, 2011.	AAKER, David A.; BATRA, Rajeev; MYERS, John G. Advertising management. 4. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1992. BONA, Nivea Canalli. Publicidade e propaganda: da agência à campanha. Curitiba: Ibpx, 2007. DE GREGORIO, F.; WINDELS, K. Are Advertising Agency Creatives More Creative Than Anyone Else? An Exploratory Test of Competing Predictions. In: Journal of Advertising , [s. l.], v. 50, n. 2, p. 207–216, 2021. DOI 10.1080/00913367.2020.1799268. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=151225139&lang=pt-br&site=ehost-live . Acesso em: 9 abr. 2024. MILLER, C. J. et al. Advertising, incentives, and the upsell: how advertising differentially moderates customer- vs. retailer-directed price incentives' impact on consumers' preferences for premium products. In: Journal of the Academy of Marketing Science , [s. l.], v. 49, n. 6, p. 1043–1064, 2021. DOI 10.1007/s11747-021-00791-1. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=152948457&lang=pt-br&site=ehost-live . Acesso em: 9 abr. 2024.	



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.

Fundamentos da Mídia	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Introdução aos conceitos, fundamentos e designação da Mídia. A importância da Mídia no processo de comunicação. O mercado e áreas de atuação. Perfil do profissional de mídia. Penetração, alcance, frequência engajamento. Padrões de exposição. Características dos meios de comunicação. Precificação, conteúdo e diversidade de plataformas.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>DORDOR, Xavier. Mídia, Mídia alternativa: a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa. São Paulo: Nobel, 2007.</p> <p>TAMANAH, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.</p>	<p>FRANZÃO NETO, Angelo. Midialização: o poder da mídia. São Paulo: Nobel, 2006.</p> <p>PREDEBON, José; FRANZÃO, Angelo; MELLO, Claudio; BRITTO, Francisco; RIBEIRO, Júlio; MARCONDES, Pyr; FUCHS, Ralph; CORRÊA, Roberto; VIEIRA, Stalimir. Propaganda: profissionais ensinam como se faz; mídia, promoção, new media, criatividade, planejamento, criação, pesquisa, atendimento, criação x computador. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>SHAVER, Mary Alice. Como vender a mídia: o marketing como ferramenta de venda do espaço publicitário. São Paulo: Nobel, 2002.</p> <p>ULIN, Jeff. The business of media distribution: monetizing film, TV, and video content in an online world. 2. ed. New York: Focal Press, 2014.</p> <p>WONNEBERGER, A.; JACOBS, S. Mass Media Orientation and External Communication Strategies: Exploring Organisational Differences. In: International Journal of Strategic Communication, [s. l.], v. 10, n. 5, p. 368–386, 2016. DOI 10.1080/1553118X.2016.1204613. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=9b0e65d7-f484-4afd-ac00-266e41c868d3%40redis</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.

Marketing Social - 3º setor		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Fundamentos do marketing para o Terceiro setor. Ética, diversidade, e transparência no Marketing do Terceiro Setor. Conceitos: Marketing Social, Marketing de Causa e Filantropia Empresarial. Aplicação e gestão do marketing para o Terceiro Setor. O Marketing Social e a Comunicação.</p>		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>COSTA, Ivan Freitas da. Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>HUDSON, Mike. Administrando organizações do terceiro setor: o desafio de administrar sem receita. São Paulo: Makron Book, 2002.</p> <p>RUGGERI, René G. Gerenciamento de projetos no terceiro setor. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.</p>		<p>ANDREASEN, Alan R. Ética e marketing social: como conciliar os interesses do cliente, da empresa e da sociedade numa ação de marketing. São Paulo: Futura, 2002.</p> <p>ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS. NCKINSEY E COMPANY. Empreendimentos sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócios para organizações sociais. São Paulo: Petrópolis, 2001.</p> <p>CAMARGO, Mariângela Franco de et al. Gestão do terceiro setor no Brasil: estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos. 2. ed. São Paulo: Futura, 2002</p> <p>GRAZZIOLI, Airton; RAFAEL, Edson José. Fundações privadas: doutrina e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>MENEGHETTI, Sylvia Bojunga. Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil. São Paulo: Global, 2001.</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.

Planejamento Estratégico de Marketing – Produto e Serviço		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Estudo dos conceitos e classificações de produtos e serviços. Análise das estratégias de diferenciação e do ciclo de vida do produto, com foco nas estratégias adequadas para cada estágio. Desenvolvimento de competências para análise do portfólio de produtos e compreensão do conceito de serviço, abordando suas particularidades e desafios na gestão e comunicação.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CAMPOMAR, Marcos Cortez; IKEDA, Ana Akemi. O planejamento de marketing e a confecção de planos: dos conceitos a um novo modelo. São Paulo: Saraiva, 2006.	KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. 19. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.	
DUAILIBI, Roberto; SIMONSEN JUNIOR, Harry. Criatividade & marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2004.	KOTLER, Philip. Marketing sem segredos. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed, 2005.	
HOOLEY, Graham J; PIERCY, Nigel F; NICOLAUD, Brigitte. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2010.	LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza (Org.). Diferenciação e inovação em marketing: estratégias diferenciadas de marketing aplicadas aos diversos segmentos de mercado. São Paulo: Saraiva, 2007.	
	LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza (Org.). Informação em marketing: utilização da tecnologia da informação como diferencial em estratégias de marketing. São Paulo: Novatec, 2007.	
	PORTER, Michael E. Competição = on competition. Rio de Janeiro: Elsevier, 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.

Projeto Integrado - 3º setor		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado no 3º Setor. Um olhar para causas sociais como: proteção ambiental, promoção de igualdade de gênero, combate ao racismo, entre outros.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
ALBUQUERQUE, Antônio Carlos Carneiro de. Terceiro setor: história e gestão de organizações . Rio de Janeiro: Summus, 2006. HUDSON, Mike. Administrando organizações do terceiro setor: o desafio de administrar sem receita . São Paulo: Makron Book, 2002. LEONARDO, Rodrigo Xavier. Associações sem fins econômicos . São Paulo: R. dos Tribunais, 2014.	BALTAZAR, Caroline Donada Restani Garcia. A eficiência da utilização das redes sociais para divulgação e captação de recursos pelo terceiro setor . 2019.102 f. Monografia (Pós-Graduação em Comunicação e Marketing Digital) - Fundação Armando Álvares Penteado, Faculdade Armando Álvares Penteado, São Paulo, 2019. DRUCKER, Peter Ferdinand. Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas . 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1994. KROHLING PERUZZO, C. M. Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa . Revista FAMECOS - Mídia, Cultura e Tecnologia, [s. l.], v. 20, n. 1, p. 89–107, 2013. DOI 10.15448/1980-3729.2013.1.13641. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=91663891&lang=pt-br&site=ehost-live . Acesso em: 12 abr. 2024. TACHIZAWA, Takeshy. Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor - Criação de ONGs e Estratégias de Atuação . Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597022186. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022186/ . Acesso em: 12 abr. 2024. VALENTINOV, V. Corporate social responsibility and the nonprofit sector: exploring the common ground. In: Kybernetes , [s. l.], v. 50, n. 9, p. 2651–2667, 2021. DOI 10.1108/K-06-2020-0397. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=151754302&lang=pt-br&site=ehost-live . Acesso em: 12 abr. 2024.	



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.

Relacionamento com Consumidor		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Conceito, panorama, histórico do atendimento consumidor. As ações comunicacionais no contexto do atendimento ao consumidor. Implantação e gestão de Ouvidoria. Políticas de atendimento ao consumidor nas organizações empresariais.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ANDRÉ, Maristela Guimarães. Consumo e identidade: itinerários cotidianos da subjetividade. São Paulo: DVS, 2006.</p> <p>ORGANICOM, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas: Ouvidoria e Comunicação. 7ª. São Paulo: ECA-USP/Abrapcorp, 2010.</p> <p>ZULZKE, Maria Lúcia. Abrindo a Empresa para o Consumidor. São Paulo: Qualitymark, 1990</p>	<p>BERNARDES, Cyro; MARCONDES, Reynaldo. Sociologia aplicada à Administração. São Paulo: Saraiva, 1999.</p> <p>CESCA, Cleusa e Wilson. Estratégias empresariais diante do novo consumidor. São Paulo: Summus, 2000</p> <p>GIACOMINI FILHO, Gino. Consumidor versus Propaganda. São Paulo: Summus, 2008.</p> <p>GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor. 2ª. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.</p> <p>WELLINGTON, Patrícia. Estratégias Kaizen para Atendimento ao Cliente. São Paulo: Edicator, 1998.</p>	

Sociologia da Mídia		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Teorias sociológicas da comunicação. Elementos para a análise do fenômeno da comunicação. O simbólico na formação da identidade nacional brasileira.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>BAHIA, R. Das Luzes à desilusão. O Conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.</p> <p>BERGER, Peter. A construção social da realidade. Petrópolis: Vozes, 2009.</p> <p>BRETON, Philippe; PROULX, Serge. S. Sociologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2002.</p>	<p>CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.</p> <p>GIDDENS, Anthony. Capitalismo e moderna teoria social. Lisboa: Presença, 2005.</p> <p>HESSELBEIN; Frances. A comunidade do futuro: ideias para uma nova comunidade. Rio de Janeiro: Futura, 2001.</p> <p>SODRÉ, Muniz. Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil. 2ª. Petrópolis: Vozes, 2000.</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.

Web Design, UX e UI		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Design de experiências e interfaces; modelos conceituais; design research; introdução à pesquisa de usuário, personas e jornadas; arquitetura de informação; usabilidade; wireframes; design de informação e navegação; padrões de interfaces; sistemas de design; user interface design; UX writing; e protótipos.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>KALBACH, James. Design de navegação Web [recurso eletrônico]: otimizando a experiência do usuário. Tradução Eduardo Kessler Piveta. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman 2009.</p> <p>LOWDERMILK, Travis. Design Centrado no Usuário. São Paulo, SP: Novatec, 2013.</p> <p>NORMAN, Donald A. O design do dia a dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.</p>	<p>GARRETT, Jesse James. The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond. 2a ed. New York: New Riders, 2011.</p> <p>KALBACH, Jim. Mapeamento de experiências: guia para criar valor por meio de jornadas, blueprints e diagramas. 1ª edição. Altabooks, 2017.</p> <p>KRUG, Steve. Não me faça pensar: atualizado: uma abordagem de bom senso à usabilidade web e mobile. Rio de Janeiro, RJ: AltaBooks, 2014.</p> <p>REIS, Guilherme et al. Fundamentos de UX - Volume 1: Conceitos e boas práticas. São Paulo, SP: Fundamentos de UX, 2022.</p>	

4º Semestre

Brand Publishing		Carga Horária: 72 h/a
<p>Ementa: Contextualização e Transição Midiática.Brand Publishing.Tendências e futuro do Brand Publishing.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar	
<p>CHRISTENSEN, Clayton M. O dilema da inovação. São Paulo: M. Books, 2011.</p> <p>FERREIRA, Paulo Henrique. Brand Publishing e Transição Midiática. 1ª ed. São Paulo: Rebecca & Co., 2022.</p> <p>VIANA, Francisco. De cara com a mídia; Comunicação Corporativa relacionamento e cidadania. 1ª ed. São Paulo: Negócio, 2000.</p>	<p>FRANÇA, Fabio. Públicos. São Caetano do Sul (SP): Yendis, 2012.</p> <p>KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, Philip; Hermavan; Iw. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.</p> <p>SILVA, Edvaldo. Da válvula ao pixel: a revolução do streaming. São Paulo: Lisbon International Press, 2022.</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.

Criação Publicitária - Comunicação Institucional		Carga Horária: 72 h/a
<p>Ementa: Processo criativo através de atividades de redação e direção de arte, voltado à comunicação e divulgação institucional das marcas. Branding. Identidade e tom de voz de marca. Conceito de Comunicação. Conceito criativo.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FIGUEIREDO, Celso. Redação publicitária: sedução pela palavra. São Paulo: Cengage Learning, 2008.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Gestão estratégica em comunicação organizacional e Relações Públicas. São Paulo: Difusão Editorial, 2012.</p> <p>WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012</p>	<p>COSTA, Joan. A imagem da marca: um fenômeno social. São Paulo: Rosari, 2008.</p> <p>RIES, Al; RIES, Laura. A origem das marcas: descubra as leis naturais da inovação e da sobrevivência de produtos e empresas. São Paulo: M.Books do Brasil, 2006.</p> <p>VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.</p>	

Estudos Culturais		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: O lugar da cultura na atualidade. Papel da cultura na definição de identidades. Cultura como articuladora entre diferentes esferas culturais. Questões étnico-raciais.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>EAGLETON, Terry. A Ideia de Cultura. São Paulo: Editora Unesp, 2011.</p> <p>ELIOT, T. S. Notas para a Definição de Cultura. São Paulo: É Realizações, 2011.</p> <p>INKIELKRAUT, Alain. A identidade envergonhada. Rio de Janeiro: Difel, 2017.</p>	<p>DALRYMPLE, Theodore. Não com um estrondo, mas com um gemido. São Paulo: É Realizações, 2016.</p> <p>CUCHE, Denys. A noção de cultura nas ciências sociais. Bauru: EDUSC, 2002.</p> <p>ARENDDT, Hannah. Entre o passado e o futuro. São Paulo: Perspectiva, 1972.</p> <p>THOMPSON, John B. Mídia e Modernidade: uma Teoria Social da Mídia. Vozes, 2002.</p> <p>ELIAS, Norbert. O Processo Civilizador: uma História dos costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 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.

Gestão de Dados Digitais – B.I.		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Introdução a Governança de Dados e Business Intelligence. Captação e detecção de dados e informações para a criação de insights e tomadas de decisão. Estudo de metodologias e ferramentas para a interpretação de estatísticas e dados digitais para produção de conteúdos e para gestão empresarial.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
FARRIS, Paul W. (et al.). Métricas de marketing: o guia definitivo para medir o desempenho do marketing. Tradução: Rodrigo Sardenberg. Revisão técnica: Cássio Sclovsky Grinberg. 2 ed. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Bookman, 2012. SERRA, L. A essência do business intelligence. São Paulo: Berkeley Brasil, 2002. SHARDA, Ramesh; DELEN, Dursun; TURBAN, Efraim. Business Intelligence e análise de dados para gestão de negócio [recurso eletrônico]. Tradução: Ronald Saraiva de Menezes; revisão técnica: Ângela Brodbeck. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.	CAMALIONTE, E.; FONTES, A. (Org.). Inteligência de mercado: conceitos, ferramentas e aplicações: estratégias e ações para um profissional completo. São Paulo: Saint Paul, 2011. BARBIERI, C. Bi-business intelligence: Modelagem & tecnologia. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2001. KAUSHIK, A. Web Analytics 2.0 - A Arte das Análises de Web & A Ciência do Foco no Cliente. São Paulo: Alta 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.

Marketing de Relacionamento e CRM		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceito de marketing de relacionamento e a aplicação de novas tecnologias no fortalecimento de vínculos com clientes e parceiros. Análise das práticas de relacionamento no mercado corporativo e no mercado consumidor, com ênfase no papel das mídias e redes sociais. Abordagem do CRM (Customer Relationship Management) como ferramenta estratégica na gestão do relacionamento com o cliente, incluindo suas funcionalidades e impactos na fidelização e na personalização do atendimento.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
GUMMESSON, Evert. Marketing de relacionamento total . 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital . Rio de Janeiro: Sextante, 2017. STONE, Merlin; WOODCOCK, Neil; MACHTYNGER, Liz. CRM: marketing de relacionamento com os clientes . 2. ed. São Paulo: Futura, 2002.	ADOLPHO, Conrado. Os 8 ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital . São Paulo: Novatec, 2011. CIPRIANI, Fábio. Estratégia em mídias sociais: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante . Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Cocriação de valor: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas . São Paulo: Atlas, 2014. SCHMITT, Bernd. Gestão da experiência do cliente: uma revolução no relacionamento com os consumidores . Porto Alegre: Bookman, 2004. ZENONE, Luiz Claudio. Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas . São Paulo: Atlas, 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.

Mídia - Pesquisa e Planejamento		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Termos de mídia e sua aplicabilidade na publicidade. Etapas de um Plano de mídia a partir do briefing. Comercialização e adequação aos meios de comunicação. Estudo de audiência e demais formas de rentabilidade. Ferramentas de pesquisa de mídia e auditoria de veiculação. Valoração e Negociação de Mídia. Pilares da mídia digital. Confecção de cronogramas de Mídia e acompanhamento.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. Mídia Dados 2021 , 2021. TAMANAHA, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência . 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia . 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.	DORDOR, Xavier. Mídia, Mídia alternativa: a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa . São Paulo: Nobel, 2007. KATZ, Helen E. Media handbook: um guia completo para eficiência em mídia . São Paulo: Nobel, 2003. SCHULTZ, D. E.; BLOCK, M. P.; VISWANATHAN, V. Consumer-driven media planning and buying. In: Journal of Marketing Communications , [s. l.], v. 24, n. 8, p. 761–778, 2018. DOI 10.1080/13527266.2016.1185833. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=cbcd9dab-7e87-4400-8a12-7bb9db948bc5%40redis ZELTNER, HERBERT. Gerenciamento de mídia: Ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia . São Paulo: Nobel, 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.

Narrativas Hegemônicas e Contra-Hegemônicas		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Discurso e poder. Conhecimento e discurso hegemônico. Lugar de fala e saberes subalternos. Pensamento decolonial e narrativas contra-hegemônicas: mulheres, indígenas e afrodescentes. Discurso e Relações Étnico-Raciais.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CARNEIRO, Sueli. Dispositivo de racialidade: a construção do outro como não ser como fundamento do ser. São Paulo: Companhia das Letras, 2022. GRAMSCI, Antonio. Jornalismo (caderno 24). In: Cadernos do cárcere - Os Intelectuais. O Princípio Educativo. Jornalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. KILOMBA, Grada. Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano. São Paulo: Cobogo, 2020.	FEDERICI, Sílvia. Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva. São Paulo: Editora Elefante, 2023. FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Loyola, 1996. GONZALEZ, Lélia. Por um feminismo afro-latino-americano. São Paulo: Companhia das Letras, 2020. KRENAK, Ailton. Ideias para adiar o fim do mundo. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. NUÑEZ, Geni. Descolonizando afetos: Experimentações sobre outras formas de amar. São Paulo: Paidós, 2023.	



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 Sonora Aplicada na Publicidade	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Estudos sobre a Linguagem Radiofônica. Conceitos sonoros e de produção. Criação, produção, gravação e edição de spots e jingles. Tendências da Produção Audiovisual.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>HAUSMAN, CARL et al. Rádio: produção, programação e performance. 8ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>PRADO, Magaly. Produção de rádio: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>PRADO, Magaly. História do rádio no Brasil. São Paulo: Livros de Safra, 2012.</p>	<p>BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (Org.). Televisão, cinema e mídias digitais. Florianópolis: Insular, 2012.</p> <p>MCLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1999.</p> <p>PRADO, Emilio. Estrutura da informação radiofônica. 5. ed. São Paulo: Summus, 1985.</p> <p>SELLAS, T.; SOLÀ, S. Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. In: Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 63–81, 2019. DOI 10.1386/rjao.17.1.63_1. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=5&sid=7f187892-a507-40db-a541-ed13b21d0d0e%40redis</p> <p>WATERS, R. D. et al. Messaging, music, and mailbags: How technical design and entertainment boost the performance of environmental organizations' podcasts. In: Public Relations Review, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 64–68, 2012. DOI 10.1016/j.pubrev.2011.11.004. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=5&sid=7f187892-a507-40db-a541-ed13b21d0d0e%40redis</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.

Projeto Integrado – Branding e Comunicação Interna		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado em Branding e na Comunicação Interna.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>AAKER, David A. Marcas: brand equity: gerenciando o valor da marca. 14. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 1998.</p> <p>RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha por sua mente. São Paulo: M. Books, 2009.</p> <p>WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012</p>	<p>GOBE, Marc. Emotional branding: the new paradigm for connecting brands to people. New York: Allworth Press, 2001.</p> <p>HEALEY, Matthew. O que é branding? Barcelona: Gustavo Gili, 2009.</p> <p>MARK, Margaret; PEARSON, Carol. O herói e o fora da lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.</p> <p>MARTINS, José Roberto. Branding: um manual para você criar, avaliar e gerenciar marcas. 2. ed. São Paulo: Negócio, 2000.</p> <p>TYBOUT, Alice M.; CALKINS, Tim (Org.). Branding. São Paulo: Atlas, 2006.</p>	

SEO, SEM e Inbound Marketing		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: SEO e SEM; Ecosystema do Google e Google Marketing. Inbound Marketing e atração via conteúdo. Inbound x Outbound; E-mail Marketing e landing page.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ANDERSON, C. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.</p> <p>REZ, Rafael. Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI. São Paulo: DVS Editora, 2016.</p>	<p>BARRETO, I. F.; CRESCITELLI, E. Marketing de relacionamento; como implantar e avaliar resultados. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2015.</p> <p>ELIAS, M. Fundamentos básicos e avançados de SEO. São Paulo: Brasport, 2013.</p> <p>GOLDMAN, A. Nos bastidores do Google: tudo o que sei sobre marketing aprendi com o Google. São Paulo: Saraiva, 2011.</p> <p>HALLIGAN, B.; SHAH D. Inbound Marketing: Seja Encontrado usando o Google, a Mídia Social e os Blogs. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.</p> <p>VAYNERCHUK, Gary. Nocaute: Como contar sua história no disputado ringue das redes sociais. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.</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.

5º Semestre

Digital Creator	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Evolução da Creator Economy e o papel dos criadores de conteúdo. Criação, elaboração e planejamento e produção de Conteúdo para Redes. Técnicas de storytelling e criação de narrativas para criadores de conteúdo. Práticas de community management e engajamento com a audiência.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BERGER, Jonah. Contágio. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2020. E-book. p.4. ISBN 9788550817217. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817217/. Acesso em: 18 nov. 2024.</p> <p>HENNESSY, Brittany. #influencer: como construir sua marca pessoal na era das mídias sociais. Cascavel: AlfaCon, 2019. 228 p. ISBN 9788583394969 (broch.). Número de chamada: 658.800285 H515i 2019.</p> <p>THOMPSON, Marco Aurélio da S.; TOMPSON, Gisele de A. Como ser influenciador digital. Rio de Janeiro: Érica, 2019. E-book. p.Capa. ISBN 9788536532585. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536532585/. Acesso em: 18 nov. 2024.</p>	<p>EDELING, A.; WIES, S. Embracing entrepreneurship in the creator economy: The rise of creatpreneurs. In: International Journal of Research in Marketing, [s. l.], v. 41, n. 3, p. 436–454, 2024. DOI 10.1016/j.ijresmar.2024.07.003. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=179793775&lang=pt-br&site=ehost-live. Acesso em: 18 nov. 2024.</p> <p>GRINBERG, Victor Dias. TikTok: um olhar para a atenção e engajamento. Curitiba: Appris, c2022. 135 p. ISBN 9786525035062 (broch.). Número de chamada: 302.23 G866t 20</p> <p>HORNHARDT, N. "#tbt - qual o passado deles: uma genealogia dos influenciadores digitais. 8o. COMUNICON. São Paulo: Anais." Link: https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/Nathalie-De-Almeida-Hornhardt.pdf</p> <p>RAMALHO, José A. Storytelling: cativando com a narrativa. Técnicas para criar conexão com pessoas e empresas. São Paulo: Actual Editora, 2023. E-book. p.Capa. ISBN 9786587019581. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019581/. Acesso em: 18 nov. 2024.</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.

Engajamento e Influência	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Papel do Marketing de Influência e da mídia espontânea. Estratégias e métricas. Técnicas para maximizar o engajamento e retenção. Parcerias, patrocínios e conteúdo patrocinado. Planejamento de campanhas: objetivos e KPIs.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BERGER, Jonah. O Poder da Influência. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. p.i. ISBN 9786555200607. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555200607/. Acesso em: 18 nov. 2024.</p> <p>GABRIEL, Martha. Marketing na Era Digital - Conceitos, Plataformas e Estratégias. 2nd ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597025859. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597025859/. Acesso em: 18 nov. 2024.</p> <p>TREVISAN, Nanci M.; LERY, Fernanda; KERR, Michael A.; et al. Publicidade On-line. Porto Alegre: SAGAH, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9786556900247. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900247/. Acesso em: 18 nov. 2024.</p>	<p>DISTASO, M. W.; BROWN, B. N. From Owned to Earned Media: An Analysis of Corporate Efforts About Being on Fortune Lists. In: Communication Research Reports, [s. l.], v. 32, n. 3, p. 191–198, 2015. DOI 10.1080/08824096.2015.1016149. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=108392866&lang=pt-br&site=ehost-live. Acesso em: 18 nov. 2024.</p> <p>HERNANDES, Nilton. A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006. 278 p. ISBN 8572443436 (broch.). Número de chamada: 302.23 H557m 2006.</p> <p>MARQUES, Vasco. Redes Sociais 360. 2nd ed. São Paulo: Actual Editora, 2020. E-book. p.79. ISBN 9789896946555. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9789896946555/. Acesso em: 18 nov. 2024.</p> <p>RIEL, C. B. M. van. Reputação: o valor estratégico do engajamento de stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 227 p. ISBN 9788535272826 (broch.). Número de chamada: 658.45 R555r 2014</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.

Filosofia da Comunicação		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: A condição do homem contemporâneo, com ênfase nos aspectos moral, social, filosófico e comunicacional.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FREUD, Sigmund. Futuro de uma ilusão/ Mal-estar na civilização. São Paulo: Imago, 2006.</p> <p>MAQUIAVEL, Nicolau. O príncipe. São Paulo: Martin Claret, 2008.</p> <p>WRIGHT, Robert. O animal moral. São Paulo: Campus, 2005.</p>	<p>DEBORD, G. Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.</p> <p>NIETZSCHE, F. Sobre a verdade e a mentira no sentido extramoral / Humano demasiado humano. São Paulo: Nova Cultural, 2005.</p> <p>OAKESHOTT, Michael. Sobre a História. São Paulo: Topbooks, 2003.</p> <p>RODRIGUES, Nelson. A vida como ela é. Rio de Janeiro: Agir, 2006.</p> <p>SARTORI, G. Homo videns. Bauru (SP): Edusc, 2001.</p>	

Formação de Porta Vozes		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Treinamento de Porta Voz: Conceito, Técnica e Aplicação. O Papel do Porta Voz na perspectiva da Relações Públicas. Visão da Imprensa e do Jornalista na formação da reputação das organizações.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>BARBEIRO, Heródoto. Media Training. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>FOSI, Edson. Por trás da Notícia. São Paulo: Summus, 2012.</p> <p>ROSA, Mário. A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. 6. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2013.</p>	<p>HERNANDES, Nilton. A mídia e seus truques. São Paulo: Contexto, 2006.</p> <p>LAUS REIS GOMES, Victor Marcio; ANDREONI; Renata; DA COSTA DIEHL, Ceci. Produção de sentidos e estratégia: interfaces entre a comunicação organizacional e o noticiário de negócios. Disponível em: https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/15787</p> <p>LUCAS, Luciane. Media Training. São Paulo: Summus, 2004.</p> <p>OYAMA, Thais. A Arte de entrevistar bem. São Paulo: Contexto, 2009.</p> <p>VILLELA, Regina. Quem tem medo da imprensa. São Paulo: Ciência Moderna, 2008.</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.

Netnografia na Comunicação		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Fundamentos do User Experience (UX); Pesquisa em UX (UX Research); Desk Research; Teste de usabilidade; Análise de dados; Visualização de dados; Jornada do usuário; Métodos de Pesquisa Digitais.</p>		
Bibliografia Básica	Bibliografia Complementar:	
<p>HENRIQUES, Cecília; PILAR, Denise; IGNÁCIO, Elizete. UX Research com sotaque brasileiro: ou sobre como fazer pesquisas com usuários no Brasil sem apegos acadêmicos ou erros do mercado. São Paulo: Aovs Sistemas de Informática, 2022.</p> <p>KOZINETS, Robert V. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Tatiana Melani Tosi, Raúl Ranauro Javales Júnior – Dados eletrônicos. Porto Alegre: Penso, 2014.</p> <p>REIS, Guilherme. Fundamentos de UX – Volume 1: conceitos e boas práticas. 2022.</p>	<p>CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.</p> <p>FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.</p> <p>KALBACH, Jim. Mapeamento de experiências: guia para criar valor por meio de jornadas, blueprints e diagramas. 1ª edição. Altabooks, 2017.</p> <p>KNAFLIC, Cole Nussbaumer. Storytelling com dados: um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios [recurso eletrônico]. Traduzido por João Tortello. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.</p> <p>NUNNALLY, Brad; FARKAS, David. UX Research: practical techniques for designing better products. Sebastopol, CA: O’Reilly, 2017.</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.

Pesquisa – Conceitos Básicos	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceituação de pesquisa mercadológica, com foco nos métodos quantitativos aplicados à coleta e análise de dados. Coordenação, planejamento e execução de pesquisas mercadológicas, incluindo a definição de objetivos e a escolha das metodologias apropriadas. Processamento e interpretação de dados, com ênfase na utilização de ferramentas analíticas para a tomada de decisões. Aferição de resultados e avaliação da eficácia das estratégias mercadológicas com base em dados empíricos.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
AAKER, David; KUMAR, V.; DAY, George S. Pesquisa de marketing . São Paulo: Atlas, 2004. SHIRAIISHI, Guilherme (Org.). Pesquisa de marketing . São Paulo: Pearson, 2012. VIRGILLITO, Salvatore Benito (Org.). Pesquisa de marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa . São Paulo: Saraiva, 2010.	MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: foco na decisão . 3. ed. São Paulo: Pearson, 2010. MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger H. Pesquisa de marketing . São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. PARSONS, L. J. Quantitative Models in Marketing Research. In: Journal of Marketing Research (JMR) , [s. l.], v. 40, n. 1, p. 113–114, 2003. DOI 10.1509/jmkr.40.1.113.19127. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=9b0e65d7-f484-4afd-ac00-266e41c868d3%40redis PINHEIRO, Roberto Meireles et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado . 3. ed. São Paulo: FGV Management; FGV, 2006.



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.

Relacionamento com Público Interno		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Relacionamento e Comunicação com o público interno. Visão Moderna da comunicação com empregado com base na cultura da organização. Comunicação de liderança com objetivo de gerar engajamento.</p>		
Bibliografia Básica	Bibliografia Complementar:	
<p>CARRAMENHA, Bruno; CAPPELLANO, Thatiana, MANSI, Viviane. Comunicação com Empregados: a Comunicação interna sem fronteira. São Paulo: In house, 2013.</p> <p>CARRAMENHA, Bruno; CAPPELLANO, Thatiana; MANSI, Viviane. Ensaio sobre Comunicação com Empregados. Jundiaí (SP_: InHouse, 2015. E-Pub: https://www.comunicacaocomempregados.com.br/downloads.</p> <p>MARCHIORI, Marlene (org). Liderança e Comunicação Interna. Rio de Janeiro: Senac, 2014.</p>	<p>CARRAMENHA, Bruno. Profissionais de comunicação nas empresas: identidades, responsabilidades e conflitos. Curitiba: Appris, 2019.</p> <p>DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.) Relações Públicas: quem sabe, faz e explica. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS, 2007.</p> <p>MANSI, Viviane; MASCARENHA, Bruna G.. Employer Branding: Conceitos, modelos e práticas. 1ª. São Paulo: Haikai, 2020.</p> <p>PINHEIRO, Roberto Meireles et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. 3. ed. São Paulo: FGV Management; FGV, 2006.</p>	

Sustentabilidade, Compliance e Governança Organizacional		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Teoria e Conceitos da Sustentabilidade e da Governança Corporativa no Brasil e no Mundo. Governança Corporativa e os aspectos do ESG - Environmental, Social and Governance nas práticas comunicacionais. Análise de riscos e oportunidades legais.</p>		
Bibliografia Básica	Bibliografia Complementar:	
<p>SILVEIRA, Alexandre di Miceli da. Governança corporativa no Brasil e no mundo teoria e prática. 3ª. Vinhedo, SP: Virtuous Company, 2021.</p> <p>PORTILHO, Fátima. Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania. 2. São Paulo: Cortez, 2005.</p> <p>LEMONS, Else; SALVATORE, Patrícia. Comunicação, Diversidades e Organizações: pensamento e ação. 1ª. São Paulo: Abracorp, 2019.</p>	<p>CARVALHO, A. C.; ALVIM, T. C.; BERTOCCELLI, R.; VENTURINI, O. Manual de Compliance. 2.ed. São Paulo: Forense, 2020.</p> <p>MORIN, Edgard. É hora de mudarmos de via: as lições do coronavírus. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2020.</p> <p>NANCY, R. L.; Kotler, P. Marketing social: influenciando comportamentos para o bem. 1.ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2019.</p> <p>RAWORTH, Kate. Economia Donut: Uma Alternativa Ao Crescimento a Qualquer Custo. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.</p> <p>WAHL, Christian Daniel. Design de Culturas Regenerativas. Rio de Janeiro: Bambual, 2019.</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.

Tendências na Comunicação das Marcas		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: A contemporaneidade na comunicação das marcas. Novas visões e demandas do Marketing. Impacto da tecnologia e tendências atuais.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>GALLOWAY, Scott. Os quatro: Apple, Amazon, Facebook e Google. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.</p> <p>KELLY, Kevin. Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.</p> <p>STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. E-Marketing. São Paulo: Pearson, 2011.</p>	<p>CAMPOMAR, Marcos Cortez. Marketing de verdade! uma forma eficaz de usar o marketing a seu favor e aumentar seus resultados. São Paulo: Gente, 2011.</p> <p>ERNER, Guillaume. Sociologia das tendências. São Paulo: G. Gili, 2015.</p> <p>HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.</p> <p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010</p> <p>SAYLOR, Michel. The mobile wave: how mobile intelligence will change everything. Boston: Da Capo Press, 2013.</p>	

6º Semestre

Ativação e Trade Marketing		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Evolução dos canais de distribuição e o surgimento do Trade marketing. Trade Marketing como processo decisivo na compra do varejo. Ferramentas sell-in e sell-out. O conceito de marketing de ativação e sua aplicação nas empresas. Desenvolvimento de ações de ativação, promoção de vendas e merchandising. Tecnologia aplicada para indicadores de desempenho.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FERRACCIÙ, João De Simoni Soderini. Marketing promocional: a evolução da promoção de vendas. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.</p> <p>MORGAN, Tony. Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais. 2. ed., rev. e ampl. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.</p> <p>OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. São Paulo: Prentice Hall, 2002.</p>	<p>ADOLPHO, Conrado. Os 8 ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.</p> <p>MARGOLIS, Jonathan.; GARRIGAN, Patrick. Marketing de guerrilha para leigos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.</p> <p>RIVA, João et al. Marketing promocional: um olhar descomplicado. São Paulo: Cengage Learning, 2014.</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.

Direção de Arte – Trade, Promo e PDV		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Desenvolvimento de processo criativo através de técnicas de design e direção de arte voltadas à comunicação e promoção de vendas e experiências através de diferentes canais. Ativação de marcas e produtos.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BLESSA, Regina. Merchandising no ponto de venda . 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design . São Paulo: Cosac & Naify, 2008. MORGAN, Tony. Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais . 2. ed., rev. e ampl. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.	LEVINSON, Jay C. Propaganda de guerrilha . São Paulo: Best Seller, s.d. MENDIZABAL ALVAREZ, Francisco Javier S. Trade marketing: a conquista do consumidor no ponto de venda . São Paulo: Saraiva, 2008. OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador . São Paulo: Prentice Hall, 2002.	

Direito Aplicado na Publicidade		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Fundamentos do Direito. A regulamentação no mercado publicitário. Compreensão dos direitos, deveres e garantias fundamentais do setor. Estudo dos Direitos Autorais e das normas relacionadas à propriedade intelectual. Estabelecimentos de relações entre publicidade abusiva e o direito do consumidor.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BITTAR, Carlos Alberto. Direito de autor . 6. ed., rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2015. FERNANDES NETO, Guilherme. Direito da comunicação social . São Paulo: R. dos Tribunais, 2004. PORTO, Renato. Publicidade digital: proteção da criança e do adolescente . São Paulo: Saraiva, 2014.	CHAISE, Valéria Falcão. A publicidade em face do código de defesa do consumidor . São Paulo: Saraiva, 2001. COSTA NETTO, Jose Carlos. Direito autoral no Brasil , 3ª edição, São Paulo: Saraiva, 2008. FERNANDES NETO, Guilherme. Cláusulas, práticas e publicidades abusivas: o abuso do direito no código civil e no código de defesa do consumidor . São Paulo: Atlas, 2012. FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. Aspectos do direito constitucional contemporâneo . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. SIQUEIRA JÚNIOR, Paulo Hamilton; OLIVEIRA, Miguel Augusto Machado de. Direitos humanos e cidadania . 3. ed., rev. e atual. São Paulo: R. dos Tribunais, 2011.	



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.

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:	Bibliografia Complementar:	
KUHN, Thomas. A estrutura das revoluções científicas . São Paulo: Perspectiva, 2005. LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica . São Paulo: Atlas, 2003. LOPES, M.I. Vassallo. Epistemologia da Comunicação . São Paulo: Edições Loyola, 2003.	GOLDMANN, L. Ciências Humanas e filosofia . São Paulo: Difel, 1980. HABERMAS, Jürgen. Consciência moral e agir comunicativo . Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. MASLIN, K. T. Introdução à filosofia da mente . Porto Alegre: Artmed, 2009. MÁTTAR NETO, J. A. Metodologia científica na era da informática . São Paulo: Saraiva, 2002. SMITH, Plínio; SILVA FILHO, Waldomiro J. (orgs). Significado, Verdade, Interpretação . 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.

Filme Publicitário	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Técnicas de edição para a transformação da linguagem criativa em linguagem audiovisual para internet e novas mídias. Storytelling e roteiro para a comunicação publicitária.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>MCKEE, Robert. Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Art&Letra, 2018.</p> <p>TORNOCZY JR, Ernesto. A arte da composição. Santa Catarina: Photos, 2013.</p> <p>XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.</p>	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2010.</p> <p>GÜENAGA ANEAS, T. A construção social da autoria de filmes publicitários. In: Comunicação, Mídia e Consumo, [s. l.], v. 15, n. 42, p. 138–155, 2018. DOI 10.18568/CMC.V15I42.1322.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=0137a391-d249-4670-8582-d90144378433%40redis</p> <p>MEYER, H. M.; SCHULZ, S. A. Dramaturgy of a Campaign: Viewing the Advertising Agency Process as a Theatrical Production. In: Journal of Promotion Management, [s. l.], v. 23, n. 4, p. 504–520, 2017. DOI 10.1080/10496491.2017.1297973.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=0137a391-d249-4670-8582-d90144378433%40redis</p> <p>PRIEBE, Ken A. The advanced of stop motion. 2ª Ed. Boston: Cengage, 2013.</p> <p>SARAIVA, Leandro; CANNITO, Newton. Manual de roteiro: ou manual, o primo dos manuais de cinema e TV. São Paulo: Conrad, 2004.</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.

Mídia Aplicada		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Planejamento de mídia híbrido para marcas de produtos e serviços. Target: Segmentação e personalização. Remarketing e Retargeting. Definição de mercado e racional estratégico de mídia. Análise de rentabilidade de mídia off-line e digital. Negociação avançada em mídia. Crossmedia. Determinação de KPIs e proposta de acompanhamento e mensuração dos resultados de mídia</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FAUSTINO, Paulo. Marketing Digital na Prática. 3. ed. São Paulo: DVS Editora, 2019.</p> <p>TAMANAH, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.</p>	<p>BARBAN, Arnold M., CRISTOL, Steven M., KPEC, Frank J. A essência do planejamento de mídia. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2001.</p> <p>HOLLOMAN, Christer. O MBA das mídias sociais: a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais. São Paulo: Nobel, Grupo de Mídia, 2014.</p> <p>JIE YU KERGUIGNAS. Marketing Strategy Formation in the Digital Era: Studies from France and China. In: China Media Research, [s. l.], v. 16, n. 1, p. 9–17, 2020.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Cocriação de valor: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. São Paulo: Atlas, 2014.</p> <p>TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.</p>	

Projeto Integrado – Trade e Promo		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado em Trade e Promo.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>GODIN, Seth. A prática: entregando um trabalho criativo. Alta Books, 2021.</p> <p>HEATH, Chip & HEATH, Dan. O poder dos momentos: o porquê do impacto extraordinário de certas experiências. Alta Books, 2019.</p> <p>MATUZAWA, Cintia Lee. Estratégias projetuais em retail design store & visual merchandising: conceitos e técnicas. Blucher, 2024.</p>	<p>BLESSA, Regina. Loja perfeita: merchandising estratégico, tático e visual. Blessa Estudos em Varejo, 2020.</p> <p>CASSOU, Bárbara. Retail design: espaços onde as marcas atraem e envolvem os consumidores. Editora Labrador, 2021.</p> <p>KOTLER, Philip; SPONHOLZ, Uwe; PFOERTSCH, Waldemar; BEDENDO, Marcos. Marketing H2H: a jornada para o marketing human to human. Benvirá, 2024.</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 Publicitária - Comunicação Integrada		Carga Horária: 72 h/a
Ementa: Processo criativo através de atividades de redação e direção de arte, focado no desenvolvimento de conceito de comunicação, conceito criativo e sua adaptação eficiente nos diferentes canais de comunicação definidos em um planejamento de marketing e comunicação. Desenvolvimento e tradução de conceitos de comunicação para criação de produção de conteúdo para marcas, em mídias não convencionais e espontâneas (Branded Content).		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda . 10. ed. Brasília: Senac, 2013. HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa . 2. ed. São Paulo: Nobel, 1986. SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: teoria, técnica e prática . 8. ed., rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2009.	BONA, Nivea Canalli. Publicidade e propaganda: da agência à campanha . Curitiba: Ibplex, 2007. JARDÍ, Enric. Pensar com imagens . São Paulo: Gustavo Gili, 2014. LUPTON, Ellen. Pensar com tipos . São Paulo: Cosac Naify, 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.

Empreendedorismo e Viabilidade de Negócios na Publicidade		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceitos de Empreendedorismo em Comunicação, tendências, estratégias e técnicas para elaboração de um plano de negócios em comunicação. Desenvolvimento de projeto para uma atitude empreendedora e inovadora na criação, gestão de negócios, produtos e serviços, em empresas nascentes ou estabelecidas, com atuação de alto impacto na sociedade.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CHRISTENSEN, Clayton M. O dilema da inovação . São Paulo: Makron Books, 2001. HOWKINS, John. Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas . São Paulo: Makron Books, 2013. RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas . São Paulo: Leya, 2012.	ANDERSON, Chris. A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho . Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. BARROS, Claudius D'Artagnan C. de; OLIVEIRA, Marco Antonio G; GRAWUNDER, Pedro. Aprenda a empreender: antes que o mercado exija! São Paulo: Kun Verkistoj, 2018. BYRNE, John A. Empreendedores extraordinários: 25 celebridades do empreendedorismo moderno e suas façanhas . Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação . Rio de Janeiro: LTC, 2014. SALIM, Cesar Simões. Construindo planos de empreendimentos: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento local . Rio de Janeiro: Elsevier, 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.

Mensuração e Uso de Dados na Mídia		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Mídia digital avançada. O CRM e sua importância em campanhas publicitárias de marcas de produtos e serviços. Dados de negócio e favor da mídia. LGPD e regras de privacidade e compartilhamento de dados no ambiente digital. Dados estratégicos de mídia a favor do negócio. Cultura Digital no Brasil e no mundo. Mídia Programática. Tendências de métricas em mídias digitais.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CHAFFEY, Dave. Gestão de e-business e e-commerce: estratégia, implementação e prática . 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. HOLLOMAN, Christer. O MBA das mídias sociais: a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais . São Paulo: Nobel, Grupo de Mídia, 2014. TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce . 2 ed. São Paulo: Atlas, 2021.	CARDOSO, Mário Sergio; GONÇALVES FILHO, Cid. CRM (Customer Relationship Management) em ambiente e-business: como se relacionar com clientes, aplicando novos recursos da web . São Paulo: Atlas, 2001. KIM, J. The Meaning of Numbers: Effect of Social Media Engagement Metrics in Risk Communication. In: Communication Studies , [s. l.], v. 72, n. 2, p. 195–213, 2021. DOI 10.1080/10510974.2020.1819842. QUADROS, Moacir. CRM: teoria, prática e ferramentas . Florianópolis: Visual Books, 2010. STERNE, Jim. Serviço ao cliente na internet . São Paulo: Makron Books, 2001. TAMANAH, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência . 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.	



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.

Planejamento de Comunicação Integrada		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceito de Comunicação Integrada de Marketing (CIM) e sua importância na construção de estratégias eficazes. Análise do composto de comunicação e das principais ferramentas utilizadas no planejamento de CIM, incluindo publicidade, promoções, relações públicas, marketing digital e outras ações integradas. Abordagem sobre o controle, avaliação e mensuração de resultados das campanhas de comunicação. Exploração de novas ferramentas e abordagens, como o incentivo de vendas, merchandising e o planejamento de marketing promocional, visando o aumento da eficácia e a maximização do impacto nas diferentes plataformas.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo: Cengage Learning, 2012. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012. STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. Compras por impulso! trade marketing, merchandising e o poder da comunicação e do design no varejo. Teresópolis: 2AB, 2011.	BELCH, George E.; BELCH, Michael A. Propaganda e promoção: uma perspectiva da comunicação integrada de marketing. 9. ed. São Paulo: McGraw Hill, 2014. PASQUALE, Perrotti Pietrangelo; LAMMARDO NETO, Claudio; GOMES, Celso Luiz de C. e C. Comunicação integrada de marketing: a teoria na prática. Rio de Janeiro: Campus, 2012. PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013. SÁ, Patrícia Riccelli Galante de et al. Comunicação integrada de marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2010. 171 p. (Marketing). VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 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.

RelGov e Política		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: O estudo das Relações Públicas no relacionamento governamental e internacional. Relações Públicas e assuntos Públicos. Políticas Públicas e Advocacy.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>GALAN, Gilberto. Relações Governamentais Lobby: aprendendo a fazer. São Paulo: Aberje, 2012.</p> <p>SELIGMAN, Milton. Lobby desvendado: Democracia, políticas públicas e corrupção do Brasil Contemporâneo. Editora Record, 2018.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). Comunicação Pública, sociedade e cidadania. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.</p>		<p>FARIAS, Luiz Alberto; LOPES, Valéria de Siqueira Castro. Desinformação acima de tudo, espetáculo acima de todos. v. 17 n. 34, p.94-100. Organicom, 2020.</p> <p>FARHAT, SAID. Lobby: O que é. Como se faz. São Paulo: Aberje, 2012.</p> <p>FERRARI, Maria Aparecida. A prática das relações públicas internacionais na sociedade contemporânea, n. 12, p. 15-29. São Paulo, Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, 2008.</p> <p>MOTA, Thiago de Oliveira et al. Relações Governamentais: Interagindo democraticamente no processo decisório brasileiro. Rio de Janeiro, Ciência Moderna, 2013.</p>

8º Semestre

Desenvolvimento de projeto e Produto BCM: Publicidade e Propaganda		Carga Horária: 144 h/a
Ementa: Diagnóstico, desenvolvimento e execução de projetos estratégicos e inovadores em Comunicação. Integração das principais ferramentas para desenvolvimento de projeto, como conceituação, pesquisa, planejamento, desenvolvimento de conteúdos, direção de arte e projeto gráfico, promovendo o alinhamento entre teoria e prática. Desenvolvimento do TCC - Trabalho de Conclusão de Curso.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>COLLARO, Antonio C. Produção Gráfica: arte e técnica na direção de arte. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.</p> <p>CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo: Cengage Learning, 2012.</p> <p>GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012.</p>		<p>HOLLOMAN, Christer. O MBA das mídias sociais: a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais. São Paulo: Nobel, 2014.</p> <p>JARDÍ, Enric. Pensar com imagens. São Paulo: G.Gili, 2014.</p> <p>PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. São Paulo: Atlas, 2013.</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.

Mentoria de Projeto Publicidade e Propaganda		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Orientação para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda. Metodologia e Conhecimento científico.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Pesquisa em comunicação. São Paulo: Loyola, 2005. MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos. 7a edição. São Paulo: Atlas, 2007. PASQUARELLI, Maria Luiza Rigo. Normas para a apresentação de trabalhos acadêmicos: ABNT/NBR -14724, agosto 2002, ementa 2005. Osasco: Edifício, 2009.	ALVARENGA, Maria Amália de Figueiredo Pereira; ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto. Apontamentos de metodologia para a ciência e técnicas de redação científica: monografias, dissertações e teses. 3. ed. Porto Alegre: S. A. Fabris, 2003. BEAUD, Michel. Arte da tese: como preparar e redigir uma tese de mestrado, uma monografia ou qualquer outro trabalho universitário. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. CARVALHO, Alex Moreira et al. Aprendendo metodologia científica: uma orientação para os alunos de graduação. 3. ed. São Paulo: O Nome da Rosa, 2002.	

3.7. Estratégias metodológicas

A metodologia está ancorada na filosofia de ensino adotada pela IES, que propõe um diálogo contínuo entre produções clássicas das ciências sociais aplicadas 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.

Metodologias ativas: o curso valoriza processos de aprendizagem que partem das vivências dos estudantes, dando a eles protagonismo e autonomia na construção dos debates e das soluções aos problemas levantados. A instituição tem investido em cursos de formação em metodologias ativas, voltados a um grupo de professores contratados em regime de tempo integral que se dedica ao estudo de experiências nacionais e internacionais e assume o compromisso de disseminar e adaptar essas práticas metodológicas.



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.

Aprendizagem baseada em projetos e problemas: as disciplinas do curso organizam seus conteúdos a partir da proposição de problemas e projetos em delimitados. Esse modelo permite aos alunos identificar mais rapidamente a aplicabilidade dos conhecimentos trabalhados no curso, a definição e metas claras para a disciplinas e, a partir delas, construção de critérios mais objetivos para a avaliação de seu desempenho. Essas metodologias permitem roteirizar as aulas como “jornadas” a serem cumpridas pelos alunos, com desafios que requisitam e testam competências específicas de interesse da formação. Elas têm sido adotadas com sucesso também nas disciplinas do campo das humanidades, permitindo demonstrar que “conceitos” e “teorias” não apenas constituem chaves para o debate de importantes temas da contemporaneidade, como também se convertem em ferramentas de análise e planejamento de práticas profissionais.

De modo mais pontual, o curso adota em seus processos educativos uma diversidade de ferramentas e procedimentos alinhados a essas metodologias, tais como:

- aulas expositivas e debates;
- situações simuladas;
- gamificação de experiências;
- grupos operativos;
- construção de casos;
- seminários;
- aula-laboratório (ateliês; oficinas);
- visitas técnicas;
- aulas externas;
- atividades mediadas por tecnologias;
- uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC);
- uso de ferramentas de educação a distância.



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.

Outro ponto que é um pilar importante da nova estrutura curricular é a ênfase para atividade prática similar à prática cotidiana do mercado de trabalho. Assim, temos:

- **Projetos Integrados:** trata-se de uma atividade interdisciplinar presente no 3º, 4º e 6º semestres. O objetivo deste projeto é oferecer ao estudante a oportunidade de realizar diversas atividades prática que simulam a experiência do publicitário, incentivando o trabalho em grupo e colaborativo. Ao longo do semestre, o professor da disciplina trabalha com metodologias ativas para o desenvolvimento das avaliações e, como avaliação final, o trabalho será sempre de cunho interdisciplinar, envolvendo, pelo menos, três outras disciplinas do semestre. A cada semestre o projeto integrado tem um foco de atuação diferente, sendo eles: 3º setor, *Branding* e, por fim, Trade e Ativação.
- **CoLAB:** trata-se de uma agência experimental que simula as atividades de uma agência de comunicação do mercado e como tal, atende às demandas internas da Instituição e também da comunidade, sempre com o caráter pro bono. As atividades da CoLAB são um componente curricular considerado na estrutura curricular para que dessa forma seja garantido que todo discente tenha essa vivência.

3.8. Componentes EAD

O curso prevê a oferta de disciplinas em formato EaD, com apoio metodológico de uma Equipe Multidisciplinar que deverá buscar diferentes recursos digitais e de comunicação a fim de responder aos objetivos, às necessidades do corpo docente e às especificidades dos componentes curriculares.

O processo de ensino e aprendizagem será permeado pela utilização dos recursos tecnológicos no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) como: videoaulas, utilização de material didático especialmente desenvolvido para cada disciplina, leituras programadas de textos, análise de situações-problema, realização de atividades individuais, projetos, fóruns de discussão, chats, estudos dirigidos, tarefas e orientação individualizada e, sempre que necessário, webconferências.

Os professores-tutores ficarão responsáveis pelas atividades que serão disponibilizadas ao aluno no AVA. As atividades poderão ser constituídas por vários objetos de aprendizagem e o professor-tutor será o principal responsável pela interação entre aluno-conhecimento.



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.

O material didático deverá se configurar como um mediador que traz a concepção pedagógica que guiará a aprendizagem. Para isso, a leitura dos textos será organizada não apenas por meio de orientações didáticas ou de estudos, mas também por um conjunto de atividades que permitirá ao aluno testar as possibilidades de aplicação de suas reflexões. Espera-se que essas atividades permitam que o aluno desenvolva suas habilidades e participe ativamente do processo de construção do seu conhecimento e da sua trajetória formativa.

Para enriquecer a formação do aluno no ambiente virtual de aprendizagem, ele terá à sua disposição os seguintes espaços virtuais de apoio ao processo de aprendizagem:

- Fórum de Apresentação: é um espaço reservado para que os professores orientem os alunos sobre a melhor maneira de estudar, percorrer todas as atividades propostas e participar das avaliações, e com isso obter maior proveito nas disciplinas.
- Fórum de Revisão Conceitual: este é o espaço reservado para que o seu professor disponibilize resumos, questões referentes às disciplinas e outras atividades que ele julgue pertinente e que lhe ajudarão nos estudos.
- Fórum de Dúvidas: destinado para que os alunos relatem suas dúvidas referentes à disciplina e o professor possa respondê-las de maneira pontual.
- Fórum de Discussão: reservado à aprendizagem colaborativa, onde o aluno poderá utilizando-se de temas e atividades propostas, debater e trocar informações com os colegas, sempre com o auxílio do professor.

O fórum é um recurso enriquecedor na medida em que permite à coletividade dos alunos compartilhar pontos de vista e diferentes realidades sobre o tema em questão. Permite também a o professor tutor incentivar a análise e a reflexão crítica, além de favorecer a construção de uma visão sistêmica da temática.

- Chat Debate: o aluno entra no AVA, nos dias e horários marcados e participa online das aulas, com a possibilidade de enviar suas perguntas para serem respondidas em tempo real pelo professor. É uma ferramenta utilizada para realizar o fechamento sobre os assuntos tratados no conteúdo, onde o professor tira as possíveis dúvidas que possam ter ficado sobre o conteúdo.
- Vídeos: todo professor grava vídeos para que o aluno possa ter acesso e assistir quantas vezes julgar necessário principalmente em relação as suas dúvidas.



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.

- **Webconferências:** esse recurso é utilizado quando o professor/tutor entende que a interação da comunicação síncrona é importante e pode ser utilizada para esclarecimento de dúvidas ou qualquer outra finalidade que se entenda necessária. Permite não só a comunicação entre um grupo, mas também a comunicação pessoa-a-pessoa.

Todo o planejamento das atividades teóricas e práticas disponíveis no ambiente virtual de aprendizagem será apresentado ao aluno de forma que ele assuma seu papel como protagonista de sua formação e busque atingir os objetivos previstos na disciplina ou unidades.

De acordo com o perfil da Instituição, as estratégias de aprendizagem concentrarão seu foco na experiência dos professores e na aplicação dos conhecimentos e saberes na prática profissional. Os cases, estratégia usual na área de comunicação e marketing, serão propostos para discussão nos fóruns e para análise e estudos nas atividades avaliativas dissertativas. Destaca-se ser essa uma orientação da equipe multidisciplinar que é analisada pelo professor autor responsável pela disciplina e incorporada com base nos objetivos de aprendizagem e escopo do componente curricular.

3.9. Procedimentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem

A avaliação é parte essencial do processo educativo. A realização da avaliação possibilita aferir os resultados alcançados no processo ensino-aprendizagem, diagnosticar questões relevantes para os objetivos e competências propostos e identificar alterações que sejam necessárias.

O processo de avaliação deve considerar o raciocínio e a análise, em contraste com a simples memorização.

Os resultados das avaliações devem ser sempre acompanhados pelo corpo docente e pela coordenação do curso. A verificação desses resultados permite que mudanças nas técnicas de ensino possam ser realizadas no decorrer do semestre em busca de melhores resultados na relação ensino-aprendizado.

A avaliação deve ser desenvolvida preferencialmente pela utilização de instrumentos diversos, tais como provas escritas, execução de projetos, relatórios, trabalhos individuais ou em grupo, seminários, provas práticas e outros nos quais são observados as atitudes e os conhecimentos adquiridos pelo aluno durante a sua formação.



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.

O processo avaliativo atende às determinações do Regimento Geral no sentido de definir os aspectos institucionais, mas conta com a possibilidade de garantir as especificidades de cada curso de acordo com o projeto pedagógico de cada curso.

Em síntese, o sistema de avaliação do desempenho escolar está estruturado por disciplina, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento. O critério de avaliação para as disciplinas do curso é composto pela soma de duas notas: N1 (40%) + N2 (60%). As notas são obtidas por meio de provas e trabalhos, estes são definidos pelo professor, de acordo com as características próprias de cada disciplina.

A frequência às aulas e às demais atividades escolares é obrigatória, vedado o abono de faltas. 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 e demais atividades escolares de cada disciplina.

A verificação e o registro de frequência são de responsabilidade única do professor.

Compete ao professor da disciplina elaborar os exercícios escolares, sob a forma de provas e trabalhos, bem como julgar os seus resultados. Os exercícios escolares, em número mínimo de uma prova escrita por período letivo, visam à avaliação progressiva do aproveitamento do aluno.

A cada verificação de aproveitamento é atribuída uma nota, expressa em grau de zero a dez.

O aluno que deixar de comparecer a uma das duas provas nas datas fixadas, poderá realizar uma prova substitutiva em período definido no Calendário Escolar.

Partindo da premissa de que só é possível a realização dos objetivos educacionais quando as avaliações são eficazes, a principal meta é realizar, até o final da vigência do PDI, uma ampla discussão com o corpo docente para analisar a eficácia do sistema de avaliação.

Essa discussão será realizada tendo por base questões levantadas pelo Núcleo Docente Estruturante que enfatizem a assimilação da avaliação como um processo e não como um momento da aprendizagem.

Por fim, o curso também realiza semestralmente a PCA – Prova de Conhecimento Acumulado. Trata-se de uma prova on-line, sempre no formato de teste com questões de múltipla escolha. A prova é destinada somente aos alunos do 3º até o 7º semestre. A prova contém questões relacionadas a todas as disciplinas já vistas ao longo do curso, desde o 1º 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.

O propósito dessa prova é:

- Treinar a habilidade do aluno em realizar provas de múltiplas respostas que exigem boa interpretação de texto e paciência para a realização de provas de longa duração.
- Reforçar, por meio da tática da repetição, os conhecimentos apresentados nos semestres anteriores.
- Treinar o aluno para que esteja apto a realizar outras avaliações como o ENADE (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes).

3.10. Atividades Obrigatórias

No Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda são consideradas atividades obrigatórias:

- O TCC
- As práticas extensionistas (324 horas-aula)
- As Atividades complementares (84 horas-aula)

3.10.1. Estágio curricular supervisionado

Conforme as Diretrizes Curriculares, o estágio curricular supervisionado **não é componente curricular obrigatório** para o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Entretanto, a Instituição incentiva a realização de estágios não obrigatórios e por meio do Setor de Gestão de Carreiras estimula os estudantes a darem os primeiros passos em direção à construção de uma sólida carreira profissional.

O Setor de Gestão de Carreiras oferece todo respaldo para orientação sobre mercado de trabalho, áreas de atuação, preparação para processos seletivos, informações sobre legislação, e realiza seleções internas para possíveis indicações às companhias.

Além disso, o setor cultiva parceria com empresas dos mais diversos segmentos, oferecendo oportunidades de estágios, vagas efetivas e programas de trainee, além de todo o respaldo para 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.

orientação profissional, desde a confecção de currículos, preparação para processos seletivos, informações sobre o mercado de trabalho, áreas de atuação, legislação e realizações de seleções internas para possíveis indicações às companhias.

São realizados *workshops* e treinamentos durante todo o ano, voltados para o incremento da jornada profissional, além de oferecer gratuitamente o programa de coaching de carreira a todos os alunos e ex-alunos da Instituição.

Resumo de serviços oferecidos pelo Gestão de Carreiras da FAAP:

- prospecção e divulgação de oportunidades: de estágio, programas de trainee e efetivo pelo portal FAAP www.faap.br/carreiras;
- realização de palestras, *workshops*, *lives*, plantões e eventos de recrutamento;
- orientação profissional sobre elaboração de currículo, participação de processos seletivos, “dicas” sobre vestuário e postura, mudanças de área, além de palestras sobre escolha de carreira para Ensino Médio;
- formalização e suporte para estágios nacionais e internacionais conforme a legislação, além da orientação aos alunos sobre cumprimento das horas;
- realização de seleções internas para indicação às empresas solicitantes;
- oferecimento do Programa de Coaching de Carreira para alunos e antigos alunos;
- aulas de etiqueta corporativa e mercado de trabalho para intercambistas;
- informações sobre atualidades do mercado de trabalho.

3.10.2. Trabalho de Conclusão de Curso

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é uma das características que tornam os cursos da IES uma experiência diferenciada para seus alunos. No último semestre do curso, os alunos desenvolvem um trabalho de maior profundidade, orientados por professores que atendem às áreas específicas da publicidade.



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 alunos da Instituição podem consultar o Manual de Trabalho de Conclusão de Curso que é disponibilizado no site institucional e no ambiente virtual de aprendizagem, no qual estão descritas as normativas dos trabalhos.

O TCC atende às determinações previstas na DCN do curso e do Regimento no sentido de definir os aspectos institucionais, e seus Regulamentos garantem a entrega de produtos que sejam coerentes com a especificidade do curso, conforme descrito neste projeto pedagógico.

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 analisado 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. Assim, o trabalho consiste em um documento que fundamenta o trabalho e apresenta todo o planejamento estratégico. Também faz parte do trabalho todas as peças de criação que contempladas no planejamento.

O Trabalho de Conclusão de Curso se trata de uma proposta que simula uma equipe multidisciplinar de trabalho e, como tal, exige o exercício não só das disciplinas acadêmicas, mas também de habilidades, como a gestão de equipes, resolução de conflitos, gerenciamento de tempo, empatia, organização, flexibilidade, resiliência e comunicação interpessoal.

Casos omissos são avaliados em reunião de coordenação de curso, quando se trata por exemplo, de laudo de saúde que exige alguma flexibilidade. Em situações assim a coordenação de curso avaliará o caso para propor um trabalho de mesmo porte, contemplando a avaliação de cada etapa exigida no TCC, sendo elas o Planejamento de Marketing, Mídia, Direção de Arte, Redação e Fundamentação teórica.

A execução do TCC acontecerá no oitavo semestre sob acompanhamento das disciplinas de Mentoria de Projeto – Publicidade e Propaganda e Desenvolvimento de Projeto e Produto BCM: Publicidade e Propaganda.



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.

3.10.3. Atividades Complementares

De acordo com a Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002, e o 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 180 h/a.

As Atividades Complementares possuem um regulamento próprio com o detalhamento e a composição delas, as regras de aproveitamento, a regulação e a gestão.

São consideradas atividades complementares, aquelas que, guardando relação de conteúdo e forma com atividades de cunho acadêmico, representem estudos de caráter transversal e interdisciplinar para o enriquecimento do perfil do formando.

Compõem as Atividades Complementares os seguintes grupos de atividades:

Área de ensino:

- a) Disciplinas extracurriculares cursadas no âmbito universitário, em cursos de Graduação da Faculdade Armando Álvares Penteado, limitado a 120 h/a.
- b) Estágios extracurriculares desenvolvidos em empresas, instituições públicas ou privadas, in loco ou remotamente, na área de Comunicação, adequados à habilitação do aluno, limitado a 120 h/a, mediante apresentação de comprovante;
- c) Outras atividades complementares, como aulas externas, limitado a 36 h/a.
- d) Projetos e programas de pesquisa voluntários orientados por docente da área de Comunicação da Faculdade Armando Álvares Penteado, limitado a 36 h/a, com atividade de iniciação científica ou demais programas de grupos de pesquisa idealizados pela FA-FAAP.
- e) Eventos nas áreas de Comunicação tais como cursos, seminários, simpósios, congressos, conferências, e outros reconhecidos pela Coordenação do Curso, limitado a 120 h/a, mediante apresentação de comprovante.
- f) Outras atividades autorizadas previamente e validadas pela Coordenação do Curso como 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.

Toda e qualquer atividade para fins de aproveitamento como sendo Atividade Complementar deverá ser validada pelo professor responsável.

3.10.4. Práticas Extensionistas

As práticas extensionistas estão diretamente relacionadas com o ensino e com a iniciação científica, sendo elemento articulador na construção do conhecimento e no desenvolvimento de práticas que permitam a socialização de saberes, com o intuito de transformação das pessoas e das comunidades. As políticas institucionais de Extensão têm como objetivos a inclusão de atividades de extensão nos currículos dos cursos, de modo a propiciar ao aluno a oportunidade de vivenciar ações que favoreçam a inclusão e diminuam os problemas gerados pela exclusão social.

O planejamento, a execução e a avaliação dos programas e das atividades extensionistas devem envolver a comunidade acadêmica, coordenadores de curso, professores e alunos, assim como a comunidade externa, na construção dialógica de uma intervenção que seja emancipatória e significativa para todos os envolvidos.

O principal objetivo é definir e caracterizar o contexto e a situação a ser trabalhada e buscar os referenciais teóricos que sustentem a prática, a metodologia ou estratégia da intervenção e o processo avaliativo. Para tanto, torna-se necessário envolver grupos e profissionais da pesquisa e Pós-Graduação da IES, privilegiando ações interdisciplinares que favoreçam a inovação, a produção de conhecimento e a socialização de saberes que transformem a comunidade.

As atividades extensionistas desenvolvidas no Centro Universitário FAAP tem como princípio:

- a interação dialógica entre o Centro Universitário Armando Álvares Penteado e a sociedade;
- a interdisciplinaridade;
- a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão;
- o impacto na formação do estudante e da comunidade externa.

As propostas de atividades extensionistas podem partir de alunos, professores, técnicos, coordenadores de curso ou representantes da comunidade. Essas atividades serão formalizadas junto ao Núcleo Institucional de Atividades Extensionistas, responsável pelo cumprimento desta Política de Extensão,



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.

que centralizará e divulgará dados referentes aos projetos de toda a Instituição. As propostas serão avaliadas pelos coordenadores dos cursos e acompanhadas por professores indicados, estimulando sempre a autonomia dos alunos na condução das ações. As atividades serão desenvolvidas, preferencialmente, em parceria com representações formais da comunidade ou com órgãos públicos, empresas privadas, instituições de ensino ou organizações do terceiro setor.

Os projetos podem se configurar nas seguintes formas:

- Projetos;
- Cursos,
- Eventos;
- Prestação de serviços
- Programas (conjunto articulado de ações diversas)

As atividades extensionistas podem ser elaboradas em torno dos seguintes temas:

- Comunicação;
- Cultura;
- Direitos Humanos e Justiça;
- Educação;
- Meio Ambiente;
- Saúde;
- Tecnologia e produção;
- Trabalho e inclusão social.

Atendendo à exigência de curricularização das práticas extensionistas, as ações devem mobilizar as competências formadas pelas disciplinas e pelas pesquisas realizadas no curso. Sem que haja sobreposição com a carga-horária destinada aos demais componentes curriculares, as atividades de extensão podem compor atividades avaliativas de uma ou mais disciplinas.



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.

3.11. Atividades suplementares de formação

3.11.1. Programa de Monitoria

A monitoria é considerada atividade complementar optativa e é regulamentada por normas internas. A Instituição possui um programa de monitoria voluntário e outro remunerado, por meio dos quais os alunos selecionados para o programa podem ter até 20% de bolsa. O regulamento de cada uma das atividades é disponibilizado eletronicamente no site e no ambiente virtual de aprendizagem.

3.11.2. Iniciação Científica

O Núcleo de Pesquisa e Iniciação Científica da FAAP lança, semestralmente, edital de convocação de projetos de pesquisa de Iniciação Científica que deverá ser apresentação pelos alunos, com indicação e anuência de um professor orientador atuante no curso, com titulação mínima de Mestre. Os projetos podem ser contemplados com bolsas equivalentes a 10% da mensalidade ou realizados de forma voluntária. Os orientadores podem ainda pleitear, com apoio da Coordenação do Curso, bolsas oferecidas por entidades externas de fomento à pesquisa.

A seleção dos projetos é feita por comissão indicada pelo Núcleo. Para desenvolvimento da Iniciação científica, exige-se do aluno os seguintes requisitos:

- Ter cursado, no mínimo, dois semestres e, no máximo, seis semestres;
- Ter média geral igual ou superior a 7,0 e frequência média de, pelo menos, 80% nas aulas;
- Ter disponibilidade para dedicar 10 horas semanais ao projeto de pesquisa.

Seguindo o princípio de articulação com as práticas de ensino e a extensão, os projetos devem ter temas, abordagens e metodologias pertinentes ao curso e à disciplina do orientador indicado, e podem também estar articuladas com projetos extensionistas.

As pesquisas de Iniciação Científica têm duração de seis meses, prorrogável por mais seis meses, mediante solicitação e justificativa apresentada pelo aluno, com anuência do orientador.



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. APOIO AO DISCENTE

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado planeja, concebe e concretiza as ações de apoio aos discentes da instituição por meio de setores e projetos que viabilizam ações acadêmicas institucionais, possibilitando o acolhimento da comunidade acadêmica de forma geral, bem como a realização de práticas inovadoras e exitosas. Dentre esses setores e projetos, destacam-se:

- Centro de Empreendedorismo/FAAP B. HUB: espaço para que executivos de grandes empresas interajam com alunos e ex-alunos empreendedores e, juntos, possam fazer a criação conjunta de novos projetos.
- Gestão de Carreiras: intermediação de estágios curriculares ou profissionais, buscando oferecer a melhor estrutura para que seus alunos e ex-alunos desenvolvam carreiras bem-sucedidas.
- Instituto Confúcio para Negócios FAAP: promoção da língua e da 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: identificação de programas de cooperação técnica e científica adequados às diretrizes de excelência, dando suporte à celebração, ao desenvolvimento, à execução e à organização dos convênios firmados.
- Central de Bolsas: responsável pela seleção e acompanhamento de bolsas de estudos. A cada fim de semestre, os alunos são avisados sobre os prazos e os documentos necessários para a inscrição no processo para concessão das Bolsas.
- Processo Seletivo (Vestibular): 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 da Instituição.
- Ouvidoria: com o objetivo ampliar e aprimorar a comunicação entre os órgãos gestores do curso e os demais componentes da comunidade acadêmica para encaminhamento de informações, questionamentos e propostas administrativas e pedagógicas sobre o 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.

- **Monitoria:** considerada como atividade complementar optativa, é regulamentada por normas estabelecidas.
- **Nivelamento:** Curso de Comunicação Escrita, que tem como objetivo o nivelamento na área de Comunicação e Expressão e é oferecido na modalidade a distância.
- **Apoio aos alunos da modalidade de educação a distância:** os alunos da EaD contam com Área da Coordenação no AVA, Horário de plantão do coordenador do curso, Área de Ambientação, Aula Inaugural.
- **Área do Aluno:** espaço específico, acessado por meio do site da Instituição, disponível aos estudantes durante todo o período letivo para atualizar dados cadastrais, consultar notas e histórico escolar, obter informações sobre o setor financeiro (boletos, demonstrativos financeiros). Nessa área dedicada ao estudante, ele encontra, também, links para realizar agendamento de provas, requerimento de matrícula e rematrícula e obter informações descritas em materiais produzidos exclusivamente para orientá-lo, tais como: Manual do Aluno, além de acessar a Biblioteca Virtual e a Secretaria on-line. Na IES, a área do aluno é denominada como Graduação on-line.
- **Secretaria on-line:** espaço em que o estudante tem acesso a procedimentos internos, ao calendário e a declarações on-line que são validadas eletronicamente. Entre as declarações disponíveis estão transferências internas, trancamento de matrícula, revisão de média/provas regimentais/exames especiais, reativação de matrícula, ouvidoria, histórico escolar, dispensa de disciplinas para estudantes de outras IES. Dentre as atividades descritas, algumas já estão implantadas e outras estão em processo de implantação pelo setor responsável.
- **Apoio Psicopedagógico:** desenvolvido em três momentos: o primeiro é de identificação da situação e da necessidade do aluno e está sob responsabilidade do setor de Psicopedagogia, que recebe os laudos enviados pelos alunos, ou por e-mail, ou via aplicativo Faap, onde o aluno anexa seu laudo; o segundo é a orientação aos professores e coordenadores, sobre a situação dos alunos com alguma necessidade educativa especial e finalmente, o terceiro e último momento do processo de acompanhamento psicopedagógico consiste na elaboração de Planos de Ensino Individuais, para aqueles alunos que demandam determinadas adaptações. Todo esse



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 é realizado através de diálogos com os próprios alunos, seus professores, pais e equipe de apoio, quando o caso demandar maior acompanhamento. Todo o processo é compartilhado com o aluno de forma transparente.

- Núcleo de Inovação em Mídia Digital da FAAP (NiMD-FAAP): lançado em 2014, o Núcleo de Inovação em Mídia Digital (NiMD) tem como propósito estimular o desenvolvimento da linguagem digital no campo da Comunicação e estabelecer uma aproximação do mercado profissional com o ambiente acadêmico. As atividades do NiMD envolvem a realização de cursos de Extensão e Pós-Graduação bem como a realização de eventos e projetos especiais.
- Network Map: aplicativo que os alunos e ex-alunos da Instituição podem utilizar para fazer networking com colegas da Instituição bem como para identificar alunos ou ex-alunos que trabalham na mesma empresa, encontrar pessoas que estudaram na FAAP e trabalham em regiões próximas (mesmo fora do país), descobrir pessoas de diferentes cursos que possuam afinidades profissionais, conversar com outros usuários e adicioná-los em outras redes sociais e manter-se atualizado com as últimas notícias sobre o que acontece na FAAP.
- Academia: disponibilizada, dentro do próprio campus da FAAP, com sala de musculação, sala de spinning, sala de ginástica e avaliação física para alunos e professores.
- Organização Estudantil (Espaço para Participação e Convivência Estudantil): efetiva na promoção de atividades culturais, esportivas e acadêmicas, com 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 da Instituição.
- Associação dos Antigos Alunos da FAAP: canal de comunicação entre os ex-alunos e a Instituição. Seu site 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.



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.

4.1. Apoio Acadêmico ao aluno com deficiência (PcD)

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado possui uma infraestrutura acessível, seus ambientes são adequados e promovem o acolhimento dos alunos com deficiência em diferentes cursos da Instituição. O apoio acadêmico é uma realidade praticada pelos colaboradores, docentes e coordenadores.

Não há nenhum tipo de restrição para os alunos com deficiência, já que todos os prédios são servidos por elevadores com as dimensões exigidas. Existem rampas de acesso dentro dos prédios, quando a estrutura deles assim o exige, e fora deles; há, também, sanitários exclusivos para pessoas com deficiência. Todas as instalações para pessoas com deficiência estão de acordo com a LEI Nº 10.098, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2000 e a NBR 9.050/2020 (ABNT), que dispõe sobre as condições de acesso de pessoas com deficiência.

Além da acessibilidade arquitetônica, a IES disponibiliza, em sua Biblioteca, o software sintetizador de voz NonVisual Desktop Acess, instalado nas estações de consulta, que possibilita a pesquisa do acervo e leitura de arquivos pelos alunos.

Além da preocupação com as barreiras físicas, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado tem a preocupação de cuidar da permanência de pessoas com alguma Necessidade Educativa Especial.

Já no processo seletivo, é oferecido atendimento especializado aos participantes com baixa visão, cegueira, deficiência física, deficiência auditiva, surdez, surdo-cegueira, dislexia, transtorno do déficit de atenção, transtorno do déficit de atenção e hiperatividade, transtorno do espectro autista, 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 surdo-cegueira, auxílio para leitura, auxílio para transcrição, leitura labial, sala de fácil acesso e mobiliário acessível.

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado reserva-se o direito de exigir, a qualquer tempo, documento que ateste a condição que motiva a solicitação de atendimento especializado.



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.

São disponibilizadas também, objetivando a promoção plena de condições não só de acesso, mas também de permanência do aluno, cadeiras especiais para pessoas com obesidade e mesas para os que utilizam cadeira de rodas, ou seja, disponibiliza-se atendimento específico para cada condição.

Durante o período de planejamento acadêmico, no início de cada período letivo, ocorre o Projeto de Atualização Pedagógica. Neste, são desenvolvidos cursos, seminários e palestras que colaboram para a melhoria contínua dos docentes, com a abordagem de temas referentes à política educacional, a métodos e práticas de ensino, avanços tecnológicos, temas pertinentes à educação e temas referentes à inclusão de Pessoas com Deficiência e Pessoas com alguma Necessidade Educativa Especial.

A instituição possui um Plano de promoção de acessibilidade e atendimento prioritário, imediato e diferenciado para a utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte, dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, serviços de tradutor e intérprete da Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS.

O apoio psicopedagógico é realizado pelo setor de Psicopedagogia, em conjunto com o coordenador e docentes do curso e do NDE, de forma que alunos com deficiência possam ser atendidos em suas necessidades.

A acessibilidade virtual e comunicacional também é garantida aos alunos da Instituição, na medida em que o setor de psicopedagogia, a coordenação de curso e o NDE, juntamente com a Equipe Multidisciplinar, acompanham os alunos que necessitam de materiais acessíveis e encaminham a demanda para o setor de Produção de Materiais Didáticos/Setor de informática para que sejam produzidos e disponibilizados aos alunos.

4.2. Acessibilidade institucional e apoio psicopedagógico

Em virtude do número significativo e crescente de alunos com deficiências e transtornos (autismo, dislexia, depressão, ansiedade, pânico, déficit de atenção e hiperatividade etc.) e dos pedidos de apoio do corpo docente e familiares dos alunos, a FAAP deu início em 2015, a uma busca por caminhos e orientações profissionais para estruturar uma área de suporte psicopedagógico, baseado na Cultura da Inclusão no Ensino Superior.



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.

No início foram promovidas capacitações aos professores, coordenadores e equipe técnico administrativa e em 2023, houve a contratação de uma profissional da área, para ampliar as ações de inclusão e garantir que os estudantes possam ter um aprendizado e vivência no ambiente escolar, da melhor maneira possível, com as adaptações que forem necessárias para sua formação acadêmica.

O setor de Psicopedagogia realiza o atendimento do cotidiano educacional, com acolhimento às demandas, com mediações com os diversos atores envolvidos de forma assertiva, empática e afetiva, bem como a orientação e sensibilização do corpo docente, discente e técnico-administrativo, para criar uma cultura institucional que promova o acolhimento, pertencimento, segurança e autonomia para que os estudantes possam se desenvolver e obter sucesso em seus projetos de vida.

Num primeiro momento, o aluno que necessita de um olhar de atenção para determinada condição diagnosticada, deve apresentar o laudo na Central de Atendimento, ou por e-mail, ou ainda via aplicativo FAAP, que abrirá requerimento para início do processo. Após validação do laudo, a área de Psicopedagogia é notificada e realiza as ações necessárias junto aos coordenadores de curso e aos professores do semestre, notificando-os e orientando-os sobre a situação do estudante, de forma que os alunos com alguma deficiência ou alguma questão apontada, possam ser atendidos em suas Necessidades Educativas Especiais. Por exemplo, podemos ter:

- ampliação e adaptação de materiais;
- aplicação de avaliações considerando um tempo maior para alunos com déficit de atenção, hiperatividade ou autismo;
- elaboração de planos de ensino individualizados e
- reuniões com os alunos, coordenadores, professores, pais e terapeutas.

Caso o aluno ou família queira, antes de enviar o laudo, entrar com o setor de Psicopedagogia, pode enviar e-mail para psicopedagogia@faap.br ou entrar em contato no número 3662-7140.

Todas essas ações são pensadas para garantir que nossos alunos sejam acolhidos e tenham um percurso acadêmico tranquilo, com uma aprendizagem que faça sentido para sua vida.



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.

4.3. Tecnologias da Informação e da Comunicação – TIC – no processo de ensino e aprendizagem

O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) é um sistema formado por soluções integradas de gerenciamento de aprendizagem, conhecimento e conteúdos on-line, utilizando ferramentas que permitem a interação entre o aluno e o professor-tutor e entre os outros alunos do curso, como os fóruns de discussão, wikis, chats, webconferências, autoavaliação e avaliação entre alunos, blogs, diários, quizzes eletrônicos acessíveis no computador e dispositivos móveis.

O Canvas é um Sistema de Gestão de Aprendizado baseado em SaaS que pode ser escalonado de forma automática para atender à necessidade crescente de instituições que oferecem o ensino presencial ou exigem uma mudança para um modelo on-line. A Canvas Learning Management Platform é um ecossistema de aprendizado aberto e extensível e, por isso, permite que a Instituição construa o ambiente de aprendizado digital atendendo aos desafios únicos por ela enfrentados.

O Canvas é composto por um poderoso conjunto de produtos de aprendizado, altamente integrados, que permitem à Instituição obter as funcionalidades das quais precisa. Dessa forma, simplifica o ensino, eleva o aprendizado, expandindo as tecnologias tradicionais de aprendizagem.

Visa trabalhar de forma simples, priorizando a organização de conteúdos, atividades e avaliações. Utiliza, para isso, os “Módulos” do Canvas, os quais auxiliam na gestão dos recursos e na orientação para os alunos e para o aprendizado personalizado, objetivando a agilidade na entrega do aprendizado.

A plataforma facilita o aprendizado dos alunos, não importando onde estejam. O acesso pode ser feito por meio de smartphones, tablets e/ou computadores.

Quanto à segurança, o Canvas foi projetado para alcançar um alto nível de segurança por prover uma forma descomplicada e usual para autenticação de usuários, acesso ao sistema e permissões hierárquicas baseadas em funções. O Canvas foi projetado para suportar as políticas internas de segurança da própria Instituição e para prover rigorosa proteção contra intrusões interna ou externa. Ele reforça o sistema de segurança apresentando um simples modelo de segurança para usuários finais. Isso porque pesquisas mostram que, se usuários têm que passar por muitos passos de segurança, eles irão tentar encontrar maneiras de burlar a segurança completamente.



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.

O Canvas permite a criação de conteúdos em formatos HTML, publicação de arquivos em diversos formatos, como textos, apresentações, planilhas eletrônicas, PDF, incorporação de multimídia, além da criação de atividades, tarefas, provas eletrônicas, fóruns etc., fazendo com que os alunos estejam mais engajados no aprendizado.

A disponibilidade dos materiais pode ser feita pelas diversas ferramentas e canais de comunicação, permitindo ao professor tornar as discussões e o feedback mais rápidos aos alunos.

O Canvas possibilita ao docente arquivar e compartilhar o conteúdo de um semestre para o próximo, além de facilitar a criação dos elementos de aprendizado, oferecendo um repositório de objetos de aprendizagem, o Canvas Commons, que permite aos docentes, tutores e à equipe localizar, importar e dividir seus recursos com outros professores da Instituição.

O Canvas é móvel e leva o ensino e o aprendizado para além da aprendizagem presencial. Oferece aplicativos da plataforma para estudantes (Canvas Student) e professores (Canvas Teacher), proporcionando a interação entre corpo docente e alunos onde e quando quiserem. O Canvas quebra as barreiras tradicionais de ensino de forma simples e segura, fazendo o que a Instituição precisa que ele faça e de uma maneira bem fácil de usar. Sempre disponível, a qualquer momento e onde quer que se esteja.

Quanto aos métodos de avaliação, o Canvas integra facilmente recursos educativos abertos para que seja implementada a metodologia que melhor se encaixa no objetivo da Instituição de Ensino. É possível utilizar o método de Avaliação Tradicional ou Avaliação Baseada em Competências, Aprendizagem Baseada em Projetos ou Sala de Aula Invertida. Dessa maneira, configura-se como uma plataforma digital que permite que o ensino e o aprendizado aconteçam tanto na sala de aula como fora dela.

O docente ainda tem a possibilidade de personalizar o Canvas para atender ao modelo de avaliação desejado. Ao oferecer a possibilidade de várias configurações, o que se procura não é mudar o processo de ensino/avaliação de cada professor, mas sim facilitá-lo.

No processo de ensino-aprendizagem, estudos mostram que o ensino colaborativo tem um grande impacto no sucesso dos alunos. Baseado nisso, o Canvas fornece ferramentas para a construção de verdadeiras comunidades e ajuda a aumentar as interações dentro e fora da sala de aula, permitindo uma fácil comunicação entre professores e alunos assim como entre grupos de estudantes.



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.

Para que seja realizado o acompanhamento dos alunos, o Canvas oferece ferramentas de análise. Elas permitem não só identificar e interagir com os alunos, mas também tratar, de forma individualizada, aqueles que talvez precisem de mais ajuda e atenção em determinados períodos.

O Canvas Analytics fornece às principais partes interessadas (incluindo instrutores, administradores e alunos) informações simples de visualizar e de analisar o progresso e o sucesso dos alunos, além de dados sobre programas de ensino e das instituições. O Analytics agrega painéis personalizados de cada usuário para a avaliação de desempenho. Os alunos podem verificar os seus resultados e os professores podem monitorar suas salas. Os administradores podem analisar programas, e todos os dados podem ser facilmente exportados através da API para a preparação e o processamento de dados customizados.

O Canvas favorece, por meio de sua interface, a criação de grupos de alunos ou grupos de atividades. Permite ainda que o docente, ao fazer uso de arquivos CSV, crie os grupos manualmente mediante importação de usuários.

Quanto à administração, o Canvas possibilita a criação de diversas subcontas, o que facilita a administração de Coordenadores e Diretores, uma vez que não se fazem necessárias suas inscrições nas disciplinas para que tenham acesso. Um perfil é aplicado na conta e, automaticamente, ele pode analisar todo material que está sendo publicado pelos professores.

Para promover e estimular as discussões, o Canvas disponibiliza a funcionalidade de se criar um grupo de comunidade em torno de perguntas ou declarações instigantes, para envolver as pessoas espontaneamente ou em intervalos programados.

É possível também configurar lembretes de e-mail manuais e automatizados para ajudar a manter os alunos informados sobre prazos e novos cursos disponíveis.

A IES utiliza diversas plataformas e ferramentas tecnológicas como o Canvas, Microsoft Office 365, Microsoft Teams, Adobe e reforçou a contratação de outras como Zoom e Cisco Webex. As tecnologias de informação e comunicação possibilitaram a realização de videoconferências e acesso aos laboratórios de forma *online* via plataformas síncronas permitindo que alunos e professores realizassem a troca de informações por áudio e vídeo por meio das aulas e demais atividades ministradas de forma remota. A contratação dessas ferramentas também permitiu a continuidade das atividades acadêmicas, de atendimento aos alunos e dos setores administrativos da IES.



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 instituição planeja o crescimento do uso das ferramentas e plataformas tecnológicas com a continuidade e melhoria da utilização das plataformas Canvas/Zoom/Teams/Cisco Webex para uso dos professores em suas aulas, bem como o desenvolvimento e capacitação de novos treinamentos e tutoriais das novas funcionalidades (atualizações) das plataformas adotadas, como por exemplo: Provas *online* (Canvas), Quis (Zoom), Breakout Rooms (Zoom), criação de estúdio para gravações de aulas EaD com Lightboard.

4.4 Equipe multidisciplinar e material didático instrucional

O material didático, tanto do ponto de vista da abordagem do conteúdo quanto da forma, é concebido de acordo com os princípios epistemológicos, metodológicos e políticos explicitados nos Projeto Pedagógico de Curso, de modo a facilitar a construção do conhecimento e mediar a interlocução entre aluno e professor.

O processo de elaboração, produção e controle do material didático tem seu início na concepção do curso, com a atuação, em conjunto, da Coordenação de Curso, do Núcleo Docente Estruturante (NDE), dos professores autores e da Equipe Multidisciplinar.

Em consonância com o Projeto Pedagógico de Curso, o material didático deve desenvolver habilidades e competências específicas, recorrendo a um conjunto de mídias compatível com a proposta e com o contexto socioeconômico do público-alvo.

O coordenador do curso, juntamente com o NDE, sugere os professores que serão responsáveis pela elaboração do material e dos recursos didáticos. Os professores autores são escolhidos para integrar a equipe que fará a produção do material didático considerando sua titulação, a experiência acadêmica e profissional relacionada às disciplinas que serão produzidas, e o Plano de Ensino.

Os materiais são especialmente elaborados e desenvolvidos pelos professores indicados, considerando os objetivos gerais e específicos do curso e da disciplina em questão, o perfil do egresso que se pretende formar e visando, principalmente, ao cumprimento das políticas de ensino da Instituição no que se refere à produção de um ensino de excelência.



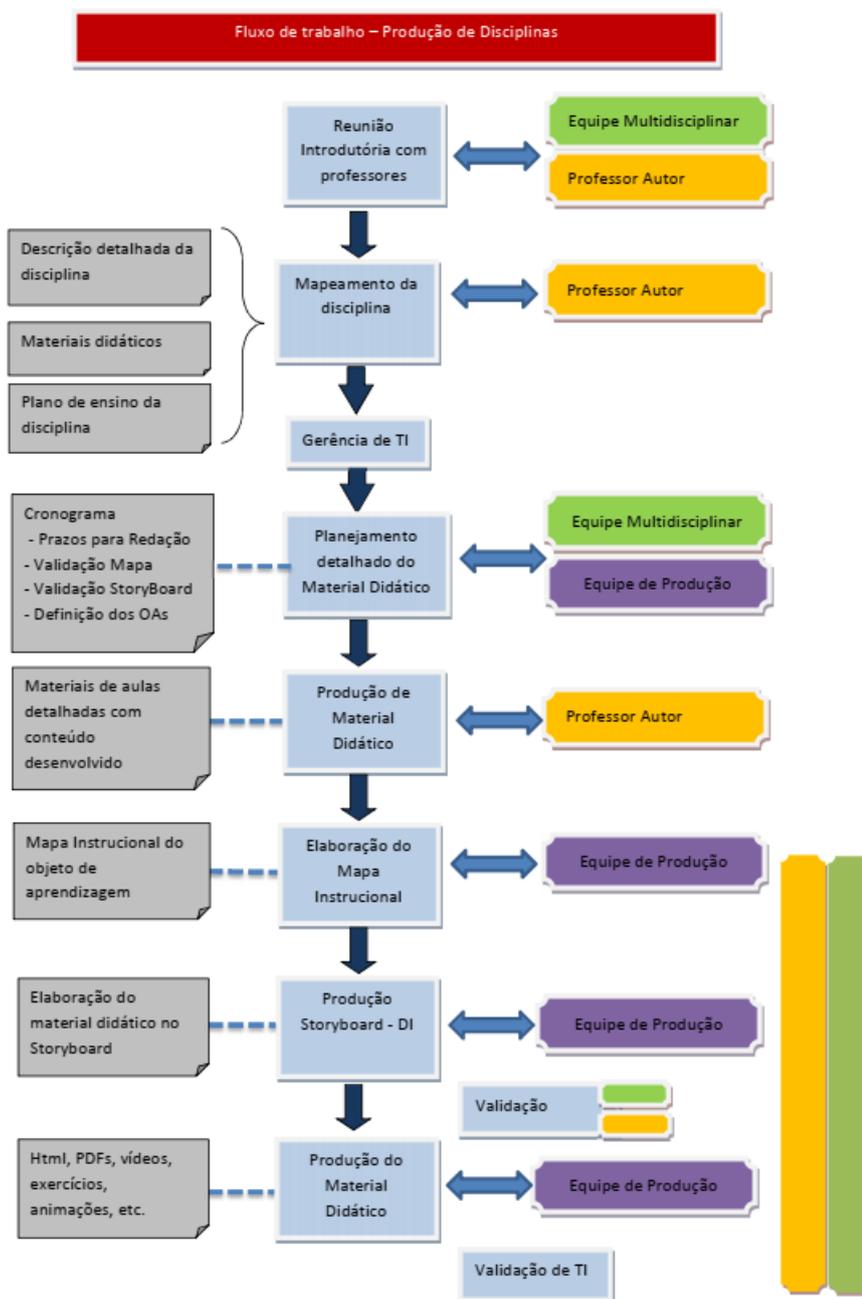
CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

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.

O fluxograma a seguir demonstra o fluxo de trabalho da produção de disciplinas para a EaD bem como a participação da equipe multidisciplinar no processo:





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 materiais e recursos didáticos produzidos contemplam o plano de ensino da disciplina, o perfil do egresso descrito no PPC e bibliografia e os indicadores de qualidade para produção desses materiais.

A elaboração do material didático dá-se a partir da definição dos conteúdos por parte do NDE, bem como da decisão de se produzir roteiros de estudos baseados na bibliografia selecionada e validada.

O desenvolvimento de material didático e pedagógico pode contemplar:

- Material Impresso: apostilas e manuais.
- Material Virtual: programas computacionais e recursos oferecidos pelo AVA, como fóruns, minha biblioteca, produção de textos, atividades e exercícios e webconferências.
- Videoaulas: gravações realizadas de acordo com a organização das disciplinas em cada semestre.
- Objetos de Aprendizagem: Recursos didáticos para a disponibilização de conteúdos interativos desenvolvidos por meio digital, como: jogos, simulações, cases e vídeos interativos.

Após a entrega dos materiais e dos recursos didáticos pelo professor-autor e a validação desses pelo coordenador de curso, o material produzido é encaminhado para a equipe de produção e a equipe de multimeios, que é constituída por profissionais de diferentes áreas de formação, tais como: designers instrucionais, cinegrafistas, editores de vídeo etc.

A diversidade de profissionais que compõem as equipes permite uma visão interdisciplinar do conteúdo produzido bem como o enriquecimento do material produzido, na medida em que a equipe pode sugerir a inclusão de ilustrações, tabelas, infográficos e outros recursos que são utilizados a favor da aprendizagem. A equipe multidisciplinar acompanha e orienta toda a produção, uma vez que é composta por professores e profissionais das diferentes equipes de produção.



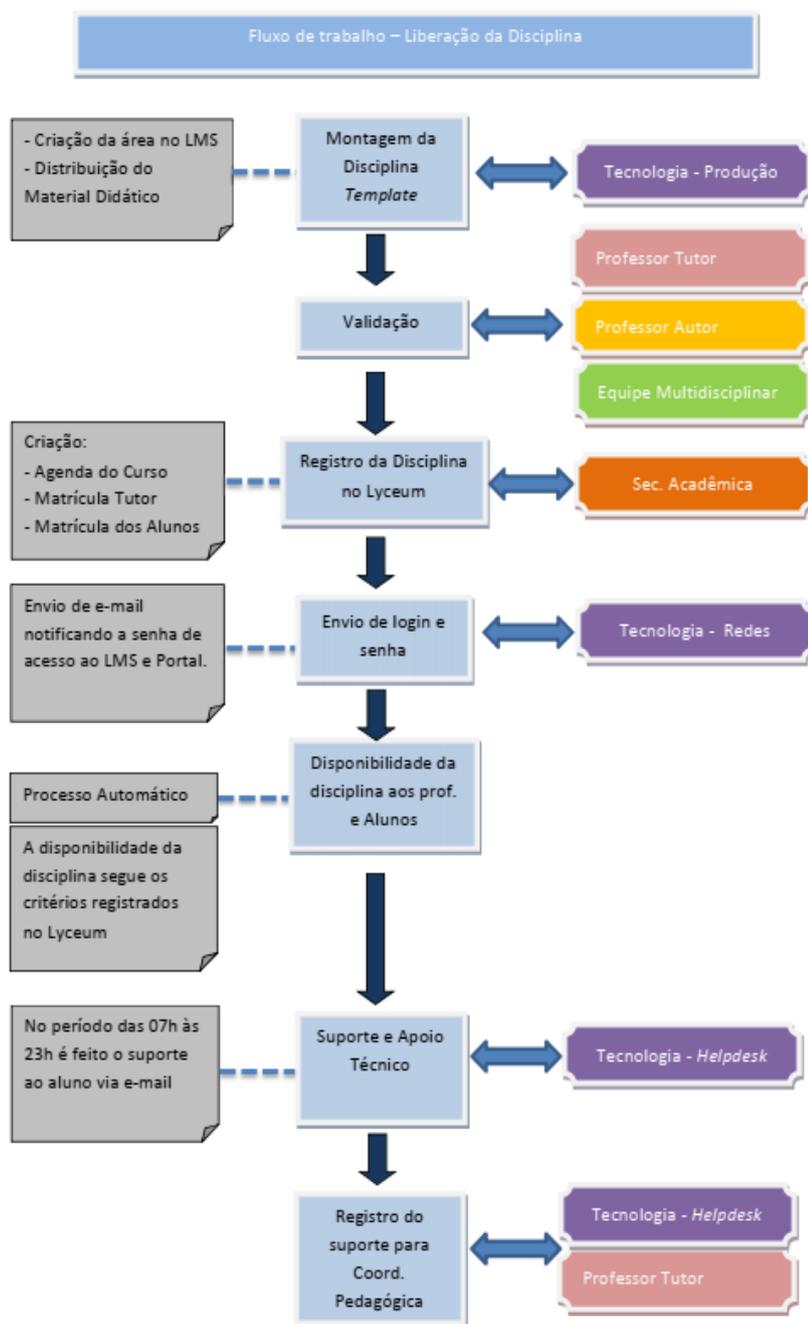
CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

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.

O fluxograma a seguir demonstra o fluxo de trabalho para a conferência e a liberação de disciplinas para a EaD e a participação da equipe multidisciplinar no processo:





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.

Após a validação final do material produzido, ele é disponibilizado para o Setor de Informática efetivar a publicação dos itens no AVA. Essa etapa envolve criação da disciplina e turmas, configuração do calendário da disciplina (datas, prazos, pontuação), estruturação dos avisos da disciplina, conteúdos de orientação didática, publicação do material didático, videoaulas, atividades narradas e atividades avaliativas e de interação, como fóruns, exercícios de sistematização, avaliação, entre outras.

As atualizações e/ou alterações do material didático são orientadas pelo Coordenador do Curso e acompanhadas pelo NDE e pela Equipe Multidisciplinar.

4.5. Convênios e parcerias

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado possui convênios com diversas instituições nacionais e internacionais que contribuem para o incremento das atividades acadêmicas e desenvolvimento da comunidade acadêmica como um todo. Os convênios geralmente são realizados de forma descentralizada por meio de setores, tais como:

- **FAAP Social:** responsável pelos convênios, planejamento e execução das múltiplas ações sociais, contribuindo de forma significativa para a construção das ações extensionistas curriculares, estabelecendo a interlocução com os gestores, coordenadores de curso, NDE, professores e alunos, de modo a favorecer os projetos que envolvem a comunidade acadêmica e a formação dos alunos.
- **Departamento de Internacionalização:** começou as atividades em 2002 com o estabelecimento do programa de mobilidade acadêmica. Em seguida, vários programas para brasileiros e para estrangeiros foram criados com sucesso e, depois de 17 anos do processo de internacionalização, podem ser contabilizadas parcerias nos cinco continentes, em mais de 50 países, com convênios de dupla titulação ativos. Além disso, conta-se, ainda, a criação do Instituto Confúcio para Negócios FAAP, que aconteceu em julho de 2012. Os estudantes podem participar do Programa de Intercâmbio, que tem convênio com mais de 380 instituições em mais de 50 países do mundo. Do mesmo modo, o Programa recebe estudantes estrangeiros, transformando o campus em um território multicultural. Paralelamente a isso, o Setor de Internacionalização promove viagens de curta duração (nacionais e internacionais) – chamadas



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.

missões –, durante as quais os estudantes, acompanhados de professores, fazem uma imersão na cultura e na política dos países visitados e ainda têm contato com o mercado profissional do local, visitando empresas e conversando com especialistas.

- **Gestão de Carreiras:** cultiva parceria com empresas dos mais diversos segmentos, oferecendo oportunidades de estágios, vagas efetivas e programas de trainee, além de todo o respaldo para a orientação profissional, desde a confecção de currículos, preparação para processos seletivos, informações sobre o mercado de trabalho, áreas de atuação, legislação e realizações de seleções internas para possíveis indicações às companhias.
- **A Associação dos Antigos Alunos da FAAP – AAFAAP** - responsável pelas parcerias e convênios que garantem descontos para ex-alunos da Instituição como descontos exclusivos nos cursos de Pós-Graduação, no Teatro FAAP, na Livraria Cultura (via web). A Associação também faz a interlocução da instituição com líderes políticos e representantes e expoentes do mercado empresarial, promovendo agenda de palestras, eventos e outras atividades que são realizadas na FAAP.

5. CORPO SOCIAL E TUTORIAL

5.1. Coordenação de Curso

A coordenação da Habilitação em Publicidade e Propaganda do Curso de é exercida pelo Professor Eric Eroi Messa.

5.2. Atuação do Coordenador

A presença do Coordenador do Curso é uma constante em relação à organização das ações acadêmicas que estão previstas e são desenvolvidas ao longo do 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.

As atribuições do Coordenador de curso estão previstas no Regimento Interno da Instituição e são descritas a seguir:

Art. 15 - São atribuições do Coordenador de Curso:

- I. convocar e presidir as reuniões da Coordenadoria de Curso;
- II. 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;
- III. supervisionar e fiscalizar a execução das atividades programadas e o desempenho acadêmico dos professores do curso;
- IV. acompanhar a elaboração, dos planos de ensino dos diversos componentes curriculares;
- V. propor ao Diretor, após seleção, a admissão de professores e monitores;
- VI. representar o curso junto aos órgãos colegiados da Instituição;
- VII. apresentar anualmente à Direção relatório das atividades do curso;
- VIII. exercer as demais atribuições previstas em lei e neste Regimento.

Além das ações previstas em Regimento, o Coordenador do Curso tem suas atividades norteadas no plano de ação, cujo teor é aprovado por seus superiores e que possui vigência anual.

Esse documento é compartilhado com a equipe e dispõe de indicadores de desempenho da coordenação disponíveis e públicos. Há também o processo de avaliação da coordenação realizado pela CPA, que permite um acompanhamento do desempenho do coordenador.

Esse conjunto de ações permite uma gestão efetiva das potencialidades e das fragilidades da Coordenação, favorecendo a integração e a melhoria contínua do processo formativo.



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. Núcleo docente estruturante - NDE

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) é o órgão responsável pela concepção, acompanhamento e consolidação do Projeto Pedagógico do Curso – PPC e é constituído por 5 (cinco) professores pertencentes ao corpo docente do curso que devem atender aos seguintes critérios:

- ter, pelo menos, no mínimo três quintos de seus membros com titulação acadêmica obtida em programas de pós-graduação Stricto Sensu;
- ter todos os membros em regime de trabalho em tempo parcial ou integral na instituição, sendo pelo menos um quinto em tempo integral;
- a indicação dos membros do NDE deverá ser feita através de processo de indicação da Coordenadoria de Curso;
- os membros deverão permanecer por 3(três) anos no NDE, no mínimo, exceto por causa de força maior ou imprevista ou devido a desligamento do docente. A cada 3(três) anos, poderão ser substituídos até dois quintos dos membros do NDE de modo a assegurar continuidade no processo de acompanhamento do curso;
- o docente que porventura for nomeado para substituir outro, desligado do NDE antes do término do mandato de 3(três) anos, deverá permanecer com este status apenas até o término do mandato daquele que substitui, podendo participar normalmente no processo de renovação do NDE quando de sua realização.

As atribuições do NDE são: contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso; zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo; indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso.

O NDE também é responsável por analisar o sistema de avaliação verificando se os objetivos elencados no PPC do curso estão sendo alcançados pelos alunos. Neste sentido, nas reuniões realizadas pelo NDE devem ser analisados os relatórios do AVA e os resultados das avaliações presenciais de modo que o grupo possa acompanhar o desempenho dos alunos e propor medidas corretivas quando for verificado que objetivos previstos não estão sendo alcançados.



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.

Também deve-se considerar que o NDE deve estar atento pelo cumprimento de todos os diplomas legais pertinentes aos cursos tecnológicos e às novas demandas do mundo do trabalho que impliquem na atualização do Projeto Pedagógico do Curso – PPC.

O Núcleo reúne-se ordinariamente uma vez por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo Coordenador do Curso ou pela maioria de seus membros titulares.

A renovação dos membros do NDE será feita pela Coordenação do Curso de Jornalismo e aprovada pelo órgão Colegiado.

O NDE é regido por regulamento próprio com o detalhamento de todas as atividades, composição, regulação e gestão.

Os membros do NDE são docentes do curso, que exercem liderança acadêmica em seu âmbito, constatada na produção de conhecimentos na área, no desenvolvimento do processo de ensino e aprendizagem, na experiência profissional e de mercado e no envolvimento com as questões educacionais da instituição.

O NDE é composto por 100% de professores com titulação obtida em programas de pós-graduação stricto sensu e 100% têm regime integral.

Atualmente compõem o NDE do **Curso de Jornalismo** os seguintes docentes:

Docente	Titulação	Jornada
ERIC EROI MESSA	Mestre	Integral
JOSE ROBERTO D'ELBOUX	Doutor	Integral
KARINA BOUSSO	Doutora	Integral
ROBERTO BERTANI	Doutor	Parcial
VERA PACHECO	Mestre	Integral



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. Funcionamento do colegiado de curso ou equivalente

A Coordenadoria de Curso da Instituição é o órgão equivalente ao colegiado na Instituição e tem sua constituição, regulamentação e composição previstas no Regimento Interno transcrito a seguir:

Art. 12 - A Coordenadoria de Curso, órgão colegiado de coordenação e assessoramento nas atividades de ensino, iniciação científica e extensão, é constituída:

- I. pelo Coordenador de Curso, seu Presidente nato;
- II. pelos professores titulares, adjuntos, associados e assistentes do curso;
- III. por um representante discente, na forma da lei, com mandato de um ano, vedada sua recondução ao cargo.

Art. 13 - A Coordenadoria de Curso reúne-se ordinariamente uma vez por semestre e, extraordinariamente, quando convocada pelo Coordenador do Curso, por iniciativa própria ou a requerimento de, pelo menos, um terço de seus integrantes.

Parágrafo único - Quando o Diretor estiver presente à reunião, assumirá a presidência dela.

Art. 14 Compete à Coordenadoria de Curso:

- I. analisar o projeto pedagógico e o plano de atividades do curso propostos pelo Núcleo Docente Estruturante e encaminhá-lo à aprovação do Colegiado de Cursos;
- II. analisar os resultados das avaliações do curso;
- III. sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e desenvolvimento do curso;
- IV. aprovar os critérios de avaliação fixados pelo Núcleo Docente Estruturante;
- V. opinar sobre assuntos pertinentes que lhe sejam submetidos pelo Diretor;
- VI. exercer as demais atribuições previstas em lei e neste Regimento.

As reuniões são registradas em atas para que seja possível ao grupo acompanhar a evolução dos processos e decisões tomadas coletivamente, bem como avaliar a execução das ações propostas de forma que seja possível adotar ações de melhoria.



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.

5.5 Perfil Docente

O perfil docente previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional é de um profissional que tenha como requisito mínimo a titulação de especialista, ressaltando-se que a primeira meta prevista no PDI é que ao longo do seu período de vigência o quadro de docentes seja composto majoritariamente por mestres e doutores.

Além da sólida formação acadêmica, a Instituição busca que o perfil docente da Instituição esteja alinhado a sua missão e que possa auxiliar no cumprimento dos objetivos declarados em seu PDI, quais sejam:

- Alicerçar os cursos entre os mais bem conceituados do país.
- Formar cidadãos atentos aos problemas sociais e suas soluções;
- Formar profissionais competentes e criativos na sua área profissional;
- Estimular o empreendedorismo e formar empreendedores;
- Incentivar a curiosidade científica; e,
- Promover o contato do aluno com a realidade do mercado.

Os docentes da Instituição também têm papel fundamental na construção do perfil do egresso, também declarado no PDI, e devem visar a formação de alunos que serão futuros profissionais aptos a:

- Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- Refletir e atuar criticamente sobre a sua esfera profissional, compreendendo sua posição e função nas estruturas organizacional e social;



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.

- Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política, constante interesse no aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- Desenvolver a capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional flexível;
- Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos;
- Desenvolver capacidade para realizar consultoria, elaborar pareceres, realizar perícias.

Por fim, a Instituição tem uma forte ligação e relacionamento com o mercado de trabalho que se concretiza nas parcerias com empresas, empresas privadas, organizações do terceiro setor e a participação efetiva dos egressos na Instituição. Desta forma, a formação acadêmica é muito levada em consideração na contratação de novos docentes, mas a experiência profissional é fundamental dado o perfil da Instituição.

No que tange ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, o NDE definiu que a experiência acadêmica no ensino superior e a titulação do docente do curso são consideradas importante, mas quando a disciplina conta com um enfoque de cunho prático profissional a experiência na área relacionada diretamente à proposta da disciplina é essencial.



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.

5.6. Quadro Docente

NOME DOCENTE	CURRÍCULO LATTES
ADRIANO RIBEIRO CERULLO	http://lattes.cnpq.br/8170299179529243
ANA ROBERTA VIEIRA DE ALCANTARA	http://lattes.cnpq.br/3368005084108743
ANNY ATTI	https://www.linkedin.com/in/annyatti/
ARY DIESENDRUCK	http://lattes.cnpq.br/2799900514192776
BIANCA MARIA SANTANA DE BRITO	http://lattes.cnpq.br/9402633415535606
CARLA CAIRES ABDALLA	http://lattes.cnpq.br/0737447334444112
DIOGO ANDRADE BORNHAUSEN	http://lattes.cnpq.br/7225692684210668
EDILAMAR GALVÃO DA SILVA	http://lattes.cnpq.br/3630155441631361
ELIANA REGINA LOPES LOUREIRO	http://lattes.cnpq.br/2215894314146394
ERIC EROI MESSA	http://lattes.cnpq.br/5241045516436073
FERNANDA MELLO MENA	http://lattes.cnpq.br/4364153555440111
FERNANDO JOSÉ AMED	http://lattes.cnpq.br/5732831611339510
FILIPE VIETRI CRESPO	http://lattes.cnpq.br/5529407942366440
IRENE KNOTH	http://lattes.cnpq.br/3015469841872864
ISABEL CRISTINA DE ARAUJO RODRIGUES	http://lattes.cnpq.br/5311961824219604
JOÃO CHANG JUNIOR	http://lattes.cnpq.br/1817140491519625
JOAO DA ROCHA PAES PINTO	http://lattes.cnpq.br/0663132028108833
JOSE CORREA LEITE JUNIOR	http://lattes.cnpq.br/6030164788145780
JOSE ROBERTO D'ELBOUX	http://lattes.cnpq.br/7227194101472461
KARINA BOUSSO	
LILIAN DE LUCCA TORRES	http://lattes.cnpq.br/9619614550117689
LISSANDRO ALEX MURTA CORDEIRO	http://lattes.cnpq.br/0733906669203855
MARCELO ABUD	http://lattes.cnpq.br/8473116975187184
MARCIA PUDELKO	http://lattes.cnpq.br/8884751555976103
MARIA AUXILIADORA MENDES	http://lattes.cnpq.br/7235581665053608
MARIA DEL MAR REYES VALIANTE	http://lattes.cnpq.br/1688969251576520
MARLISE ORIO TONI	http://lattes.cnpq.br/2181546386479798
MAYARA FERRARI LONGUINI	http://lattes.cnpq.br/2613854528964380
NATHALIE DE ALMEIDA HORNHARDT	http://lattes.cnpq.br/1185777223434734
NELSON GUARNIERO AUAD	http://lattes.cnpq.br/7027367346301434
REGINA AUGUSTO DA SILVA LUCAS	http://lattes.cnpq.br/1982579164409742
RENAN SILVA CARLETTI	http://lattes.cnpq.br/9618578895110815
ROBERTO BERTANI	http://lattes.cnpq.br/5290897673948151
ROGERIO MIOLA	http://lattes.cnpq.br/7742873776285012
RONALDO ENTLER	http://lattes.cnpq.br/7642923574764965
ROSELENE APDA DOS SANTOS VICTOR DE	http://lattes.cnpq.br/0586323050420136



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.

MORAES	
RUBENS FERNANDES JUNIOR	http://lattes.cnpq.br/1536114064413151
THIAGO SANCHES COSTA	http://lattes.cnpq.br/8195685250089611
VANISE DE BARROS MELLACI	http://lattes.cnpq.br/0083412177979707
VERA LUCIA PACHECO DE MELLO	http://lattes.cnpq.br/6584234914824912
VINICIUS GUILHERME RODRIGUES VIEIRA	http://lattes.cnpq.br/4028458507404373
VIVIAN APARECIDA BLASO SOUZA SOARES CÉSAR	http://lattes.cnpq.br/7368844829939208

6. INFRAESTRUTURA

6.1. Espaço Físico

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado está localizado no bairro de Higienópolis e possui uma infraestrutura bem planejada e composta por cinco prédios, que comportam todos os cursos e atividades oferecidas pela Instituição. A diversidade de cursos oferecidos pela Instituição e seu compromisso com a qualidade e excelência acadêmica resultam em uma infraestrutura que pode ser considerada referência no país.

A sede conta com prédios que são adequados às necessidades de cada um dos cursos oferecidos pela Instituição e nos quais estão presentes várias oficinas específicas, como, por exemplo, as voltadas aos cursos de moda, que contam com ateliês de costura e joalheria; os estúdios de rádio e TV, que são equipados com equipamentos de última geração como câmeras, ilhas de edição digital, teleprompters, softwares de edição de imagem; ou as salas equipadas com recursos computacionais e softwares de ponta, que atendem aos cursos de animação, artes visuais, cinema, entre outros.

É importante ressaltar que todas as oficinas e equipamentos disponíveis na Instituição podem ser utilizados por todos os alunos, independentemente do curso em que estiverem matriculados.

A Instituição tem alguns diferenciais em sua infraestrutura que devem ser destacados, como o Teatro FAAP, que sedia várias peças artísticas, e o Museu de Arte, que oferece uma exposição permanente de arte brasileira e outro espaço em que ocorrem as exposições temporárias.



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.

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado também possui um canal de TV e outro de rádio, cujas produções são feitas por professores e colaboradores e alunos dos diversos cursos da Instituição.

Para os alunos, existem algumas facilidades no campus, como a praça de alimentação, a academia, as quadras poliesportivas, um setor de internacionalização que presta auxílio aos estudantes que desejam fazer cursos ou intercâmbios no exterior, o setor de empreendedorismo, o setor de carreiras, que presta auxílio aos alunos que buscam estágios ou vagas em empresas conveniadas.

O acesso à Instituição é feito por meio de catracas eletrônicas que controlam o ingresso de alunos, colaboradores, docentes e visitantes, e todos os setores são monitorados por câmeras de vigilância. A IES possui uma estrutura de manutenção predial e limpeza para todos os ambientes, bem como apoios específicos das áreas de suporte técnico das oficinas dos cursos, manutenção de equipamentos e tecnologia da informação.

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado possui um Plano de avaliação e manutenção periódica dos espaços, que é supervisionado e executado pelo setor de Infraestrutura e que prevê a inspeção e o controle de todos os ambientes, de forma que instalações atendem às necessidades institucionais.

6.2. Espaço de trabalho para docentes em tempo integral

As condições de trabalho e os ambientes próprios aos professores de tempo integral são adequados e possibilitam o total desempenho de todas as atividades atribuídas.

Atualmente, o Centro Universitário possui professores de tempo integral que ocupam cargos na Gestão da IES, além de outros que atuam nas áreas de ensino, pesquisa e extensão.

Os professores que ocupam cargos de gestão (Coordenação de Curso e Coordenação do Núcleo de Pós-Graduação, de Pesquisa e de Extensão) possuem salas individuais devidamente equipadas com computadores e móveis.

Os demais professores possuem uma sala compartilhada, composta por 17 estações de trabalho, 25 armários individuais e equipamentos eletrônicos, além de uma sala de reuniões anexa. Além disso, os



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.

professores de tempo integral utilizam a sala de reuniões e a sala de atendimento no espaço próprio da Instituição.

6.3. Espaço de trabalho para o coordenador

Os coordenadores de curso contam com sala de trabalho individual climatizada, que está equipada com computador/notebook, acesso à internet, telefone e armário para guarda de pertences pessoais.

A sala do coordenador de curso permite que ele possa fazer o atendimento individual ou de pequenos grupos de alunos assim como atendimento aos professores-tutores.

6.4. Sala coletiva de professores

Os professores têm a sua disposição uma grande sala que conta com sofás, cadeiras, ambiente climatizado e sistema wi-fi. A sala dos professores possui armários para uso individual e guarda de pertences pessoais. A sala dos professores conta, ainda, com apoio técnico-administrativo próprio que auxilia os docentes em suas demandas vinculadas às necessidades institucionais. A infraestrutura dedicada aos professores e aos tutores, tanto na parte arquitetônica quanto tecnológica, é considerada diferenciada, na medida em que preza pelo conforto e pelos recursos de comunicação.

6.5. Salas de aula

Todas as salas de aula estão equipadas com ar-condicionado central, com temperatura controlada; equipamento de som (microfone e caixas de som); recursos computacionais; projetor de multimídia; tela de projeção retrátil; quadro branco; apagadores e canetas especiais; carteiras com acento e encosto com espuma injetada e revestida em tecido; e, prancheta revestida em fórmica, mesa e cadeira (também estofada e revestida em tecido) para professor. As salas também possuem um suporte de inspetoria que fica à disposição nos andares e presta atendimento aos professores e alunos.



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.

6.6. Acesso dos alunos a equipamentos de informática

A instituição possui 24 (vinte e quatro) laboratórios de informática distribuídos pelos prédios da Instituição, dos quais alguns são de uso específico dos cursos e outros, de livre acesso aos alunos, colaboradores e professores. A descrição dos laboratórios e softwares utilizados pela IES encontra-se no anexo deste PPC.

6.7. Laboratórios

6.7.1. Laboratórios de Formação Específica

O **Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda** conta com os seguintes laboratórios de formação específica:

Laboratório de Pesquisa

- Número: 5S12
- Prédio: 5
- Utilização: Práticas das disciplinas de Pesquisa.
- Capacidade para 26 alunos
- Área Total: 55 m²
- Equipamentos: Microfone ambiental com conexão XLR, Gravador Digital TASCAM DR 680, Câmera de Vídeo Canon Vixia HF 10, Tripé
- Complemento: O laboratório permite a realização de simulações de pesquisa de opinião, simulação de treinamento e mídia training.



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.

Laboratórios de Mac

- Número: 5T16, 5T18 e 5T20
- Quantidade: 3
- Prédio: 5
- Capacidade para 83 alunos
- Utilização: Disciplinas de Criação Publicitária e Produção Gráfica e Digital
- Área Total: 150 m²
- Equipamentos: 58 computadores, Projetor Multimídia, Scanner Epson, Caixa de som
- Complemento: Disponível para utilização dos alunos fora do horário de aula.

Laboratório Fotografia Digital

- Número: 1125
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Produção Fotográfica e Fotografia Publicitária
- Capacidade para 27 alunos
- Área Total: 93 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 15 computadores, Scanner

Laboratório de Edição – Multimeios

- Número: 1119
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária
- Capacidade para 34 alunos
- Área Total: 64 m²
- Equipamentos: Projetor Full HD, Bluray, 10 estações de trabalho – Mac com Avid Media Composer, Chaveador A/V 20 canais, Projetor Full HD, 2 Moviolas 16/35mm



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.

Laboratório de Edição – Multimeios

- Número: 1107
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária
- Área Total: 2 m²
- Equipamentos: estação de trabalho para edição não linear de vídeo e áudio com software avid media composer satellite v.3.5; servidor central de vídeo, composto por unidade de memória em disco rígido própria para armazenamento capacidade 16 tb, modelo avid 123nity media network.

Laboratórios de Pós-Produção – Multimeios

- Número: 1107
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária
- Área Total: 10,12 m²
- Equipamentos: Estação Gráfica de Pós-Produção Cin 4D, Servidor de Vídeo, Ilha DVCam linear
Complemento: Estação gráfica utilizada pelos alunos para finalização dos trabalhos em vídeos 3D.

Ilha de Edição – Multimeios

- Número: 1109
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária
- Capacidade para 20 alunos
- Área Total: 130 m²
- Equipamentos: 4 Estações de edição de vídeo composto de computador, placa de captura e softwares de edição final: Cut, After Affects e PhotoShop.



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.

Estúdio Multimeios A

- Número: 1111
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária
- Área Total: 36 m²
- Equipamentos: Estúdio de gravação e fotografia: mezanino com equipamentos para gravações, grid de iluminação e caixa de iluminação.

Estúdio Multimeios B

- Número: 1111
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária
- Área Total: 58 m²
- Equipamentos: Estúdio híbrido de gravação e fotografia: equipamentos para gravações, grid de iluminação e caixa de iluminação

Laboratório de Som – Multimeios

- Número: 1107B
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora
- Área Total: 18 m²
- Equipamentos: estações de trabalho para mixagem e pós-produção de áudio com software protools hd, digidesign/avid; Projetor full HD; Teclado Sony; Cabine de gravação de voz

Estúdio de Rádio 1

- Número: 1202A
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora



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.

- Área Total: 12,38 m²
- Equipamentos: 4 microfones, 4 fones de ouvido

Estúdio de Rádio 2

- Número: 1206B
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora
- Capacidade para 18 alunos
- Área Total: 10 m²
- Equipamentos: 6 microfones, 6 fones de ouvido,

Estúdio de Rádio 3

- Número: 1226
- Prédio: 1
- Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora
- Capacidade para 10 alunos
- Área Total: 15,75 m²
- Equipamentos: 1 computador para edição, Hybridos, cd player, 1 md players, 5 microfones, 5 fones de ouvido

Sala de Usuários – PC

- Número: 1101
- Prédio: 1
- Capacidade para 26 alunos
- Área Total: 55 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 26 Computadores

Sala de Usuários – Mac

- Número: 1103
- Prédio: 1



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.

- Capacidade para 26 alunos
- Área Total: 52 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 Computadores, 26 mesas

Sala de Usuários

- Número: 1105
- Prédio: 1
- Capacidade para 26 alunos
- Área Total: 58 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 25 Computadores

Sala de Apoio de Informática

- Número: 1210
- Prédio: 1
- Utilização: Sala de apoio com recursos de informática.
- Área Total: 9,8 m²
- Equipamentos: 4 computadores

Sala de Usuários

- Prédio: 3
- Capacidade para 63 alunos
- Equipamentos: Impressora, 63 computadores

Sala de Usuários – Cenin

- Número: 5S22
- Prédio: 5
- Utilização: Aulas das disciplinas Seminário de Criação e Laboratório de Roteiro
- Capacidade para 23 alunos
- Área Total: 40 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 40 cadeiras



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.

Sala de Usuários - Cenin

- Número: 5S23
- Prédio: 5
- Capacidade para 15 alunos
- Área Total: 40 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 14 computadores, 29 cadeiras

Sala de Usuários - Cenin

- Número: 5S24
- Prédio: 5
- Capacidade para 23 alunos
- Área Total: 40 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 40 cadeiras,

Sala de Usuários - Cenin

- Número: 5S25
- Prédio: 5
- Utilização: Aulas da disciplina: Pós-Produção Digital
- Capacidade para 23 alunos
- Área Total: 64 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 40 cadeiras

Sala de Usuários - Cenin

- Número: 5S26
- Prédio: 5
- Capacidade para 23 alunos



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.

- Área Total: 64 m²
- Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 38 cadeiras

6.8. Biblioteca

A missão da Biblioteca é coletar e disseminar informação, fornecendo apoio bibliográfico, por meio de seu acervo constantemente atualizado, ao corpo discente, ao corpo docente, aos funcionários e ex-alunos da Instituição.

O objetivo é ser um lugar de aprendizagem permanente, contribuindo efetivamente, por meio de seu acervo e recursos informacionais, para a formação do seu usuário, em um mundo em que informação e conhecimento fazem toda a diferença.

Registrada na categoria de Biblioteca Universitária, seu número de registro no Conselho Regional de Biblioteconomia - 8ª Região é 0893. Participa do convênio de Empréstimos entre Bibliotecas, firmado entre Bibliotecas de São Paulo.

A Biblioteca está localizada no prédio 2 e permanece à disposição de seus usuários de segunda a sexta feira, das 7h30 às 22h00, e aos sábados, das 8h00 às 14h00. A Sala de Leitura está localizada no prédio 2 e permanece à disposição de seus usuários de segunda a sexta feira, das 7h00 às 22h00, e aos sábados, das 8h00 às 14h00. O acesso ao acervo é livre. A consulta ao catálogo é feita pelas estações da rede interna e pela internet.

Proporciona atendimento a pesquisadores em geral, reservando-se o direito de emprestar seu material bibliográfico impresso e audiovisual aos professores, alunos, ex-alunos associados à AAAFAAP, funcionários e usuários de outras instituições mediante formulário de Empréstimo Entre Bibliotecas (EEB).

O acervo abrange todas as áreas de interesse dos cursos ministrados na IES. É composto por obras de referência (enciclopédias, dicionários e obras raras), livros, periódicos, normas técnicas, trabalhos acadêmicos (teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso), multimeios (Blu-rays, DVDs, CDs, audiolivros e vídeos), catálogos, folhetos, bases de dados on-line, além de mapas e plantas.



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.

6.8.1. Formas de Atualização e Expansão do Acervo

O acervo bibliográfico é atualizado constantemente através de compras, doações e permutas, segundo os seguintes critérios:

- bibliografias básicas e complementares dos cursos de acordo com as informações contidas no plano de ensino;
- solicitações do corpo docente;
- análise de catálogos referentes aos lançamentos de títulos de livros e periódicos realizados pelos docentes da área;
- análise de demanda dos títulos disponíveis, verificação da necessidade de adquirir exemplares adicionais por meio de estatísticas de empréstimos realizadas semestralmente para melhor atender aos usuários;
- permutas com outras instituições, visando aumentar o número de títulos de periódicos;
- doações aceitas apenas de autores, editoras em geral e professores da FAAP;
- atualização dos temas objetos de estudo, além de publicações destinadas a subsidiar projetos de pesquisa e extensão e Trabalhos de Conclusão de Cursos³ que são enviados semestralmente pelos cursos de graduação e cursos de Pós-Graduação à Biblioteca.

Para pesquisa dos materiais, conta com 13 terminais de consulta que permitem a impressão da localização e facilitam a busca das obras nas estantes.

O usuário tem livre acesso ao acervo e, em sua maior parte, incluindo livros e referências, está ordenada pela Classificação Decimal Universal (CDU), sendo substituída pela Classificação Decimal de Dewey (CDD) e pela Classificação Decimal de Direito (CDDir). O processamento técnico das obras segue as normas mais recentes do Código de Catalogação Anglo Americano (AACR2R). Os catálogos, teses, dissertações,

³ Os trabalhos de conclusão de curso são, hoje, mantidos e guardados de acordo com a Portaria nº 1.224, de 18 de dezembro de 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.

CDs, mapas e plantas são ordenados por numeração sequencial, também sendo substituídos por CDD, conforme a chegada de aquisições. Os periódicos são organizados por ordem alfabética de acordo com os títulos.

A consulta e o empréstimo de materiais estão informatizados, o que permite a rápida e eficiente localização de obras e controle do acervo. Todo material deve, obrigatoriamente, passar pelo balcão de atendimento para ser emprestado.

O material de referência, composto por dicionários, códigos, enciclopédias etc., bem como os periódicos e trabalhos de conclusão de curso estão disponíveis para empréstimo diário. As obras raras e as normas técnicas estão disponíveis para consulta local e com condições de empréstimo diferenciadas.

6.8.2. Horário de Funcionamento

A Biblioteca está localizada no prédio 2 e permanece à disposição de seus usuários de segunda a sexta-feira das 7h30 às 22h00 e aos sábados das 8h00 às 14h00. A Sala de leitura, também no prédio 2, pode ser utilizada nos mesmos horários.

6.8.3. Serviços Oferecidos

A Biblioteca FAAP oferece auxílio à pesquisa presencial, consulta local ao acervo, COMUT, Empréstimo Entre Bibliotecas (EEB), orientação à busca nas bases de dados EBSCO (com aproximadamente 6.600 periódicos com texto completo) e Minha Biblioteca. Por meio do site, disponibiliza consultas ao acervo físico e on-line, solicitações de malote da Unidade de Pós-Graduação em Ribeirão Preto, renovações e reservas. Por meio do aplicativo, possibilita consultas e renovações.

Bases de Dados:

EBSCO

- Art & Architecture Complete: artes, design, arquitetura.



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.

- Business Source Complete: área de negócios, incluindo marketing, administração, contabilidade, finanças e economia.
- Communication & Mass Media Complete: comunicação e a mídia de massa.
- Fonte Acadêmica: ênfase em economia, história, direito, literatura, filosofia, administração pública, entre outras.
- Humanities International Complete: (ciências humanas) todos os dados do Humanities International Index.
- International Bibliography of Theatre & Dance with Full Text: ferramenta para o estudo de teatro e áreas de artes performáticas.
- International Security & Counter Terrorism Reference Center: informações sobre praticamente cada dimensão de segurança e antiterrorismo.
- Legal Collection: atualidades, estudos atuais, pensamentos e tendências do mundo jurídico.
- Regional Business News: negócios regionais cobrindo todas as áreas urbanas e rurais nos EUA.
- World Politics Review: especialidades nos assuntos de jornalismo, organizações de pesquisa, universidades, governo e outros.

A plataforma da EBSCO, o EBSCOHost, disponibiliza áudio (leitura) para que o usuário possa ouvir textos em HTML. Após clicar no ícone texto completo em HTML, basta clicar no botão LISTEN que se encontra abaixo do título do texto.

O único idioma disponível nesta funcionalidade é o inglês, com a possibilidade de escolha (inglês americano, australiano ou britânico). Possibilita ajuste de velocidade do áudio e download do artigo para o formato MP3.

Modos de acesso:

- Nos campi da FAAP: sem necessidade de senha
- Link: <http://search.ebscohost.com>

Acesso remoto:

- Alunos da Graduação: <http://www.faap.br/> - Serviços on-line – Graduação – Login
- Alunos da Pós-Graduação: <http://www.faap.br/> - Serviços online – Pós –



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.

Login:

- Docentes: <http://www.faap.br/> - Serviços online – Professores - Login

Acervo Virtual:

Além do acervo físico disponível no polo sede, os alunos do **Curso de Jornalismo** também contam com o acervo virtual da Minha Biblioteca que é uma empresa formada por um consórcio de cinco importantes editoras (Editora Saraiva, Atlas, GEN, Grupo A e Manole). Conta com aproximadamente 6.300 títulos em todas as áreas do conhecimento. Os títulos estão disponíveis em texto integral, podendo ser acessados 24 horas por dia em 07 dias por semana.

A empresa também disponibiliza, em sua base de dados, a ferramenta LER EM VOZ ALTA, que utiliza os recursos de vozes do navegador, permitindo que o usuário possa escutar o conteúdo.

Modo de acesso:

- Nos *campi* da FAAP e acesso remoto: inserindo usuário e senha.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>



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 do acervo da Biblioteca FAAP

BIBLIOTECA CENTRAL E UNIDADES - 2024

Livros - Área do conhecimento - (CNPQ)	Títulos	Volumes
1 – Ciências Exatas e da Terra	3833	6107
2 – Ciências Biológicas	362	601
3 – Engenharias	6164	9030
4 – Ciências da Saúde	567	750
5 – Ciências Agrárias	128	165
6 – Ciências Sociais Aplicadas	33154	49310
7 – Ciências Humanas	8170	11800
8 – Linguística, Letras e Artes	15962	21315
9 – Outros	5	7
TOTAL	68345	99085
Fonte: Pergamum – Dados até outubro / 2024		



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.

BIBLIOTECA CENTRAL E UNIDADES - ACERVO GERAL - 2024

Tipo de material	Títulos
Catálogos e folhetos	6946
Jornais	4
Livros	68367
Material audiovisual: VHS / DVD / CD / Audiolivro / Blu-ray	8220
Normas técnicas	319
Periódicos	997
TCCs	1017
Teses / Dissertações	134
Mapas / Plantas	114
TOTAL	86118

Fonte: Pergamum – Dados até outubro / 2024



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.

TOTAL GERAL DO ACERVO - 2024

TÍTULOS	86367
EXEMPLARES	209667
Fonte: Pergamum – Dados até outubro / 2024	



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.

7. GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA

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

Avaliação do NDE: o Núcleo Docente Estruturante, composto por no mínimo 05 (cinco) professores e organizado segundo Regulamento próprio, será 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
- 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 a Instituição, 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: a Instituição A Faculdade Armando Álvares Penteado possui 24 (vinte e quatro) laboratórios de informática distribuídos pelos prédios da Instituição, dos quais alguns são de uso específico dos cursos e outros, de livre acesso aos alunos, colaboradores e professores. A descrição dos laboratórios e softwares utilizados pela IES encontra-se no anexo deste PDI.

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.⁴

⁴ Com o processo de aditamento de unificação das mantidas, a nova CPA está redefinindo o calendário de entrega dos materiais para a elaboração do relatório a ser postado no sistema e-MEC em março de 2019.



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 alunos são sensibilizados e orientados para a Avaliação Institucional por meio de e-mail da instituição e/ou particular. No acesso ao portal online, os alunos também podem ter o conhecimento necessário para participarem do processo da avaliação institucional. Todos os computadores da instituição são programados para que no primeiro acesso, o usuário tenha contato com o informativo da avaliação institucional. Os alunos têm acesso remoto aos formulários e podem participar da avaliação institucional na IES ou nos lugares que acharem mais adequados de acordo com sua rotina pessoal e disponibilidade.

As pesquisas de opinião dos corpos: docente; técnico-administrativo, e, egressos são aplicadas eletronicamente sempre no 2º semestre letivo e o resultado, das mesmas, é disponibilizado no *Blackboard* 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.

Os resultados da CPA são encaminhados para o corpo gestor com as orientações de melhoria. Caberá ao gestor divulgar os resultados junto ao seu coletivo e propor um plano de ação a fim de dirimir os problemas identificados e potencializar as ações avaliadas positivamente. O plano de ação é compartilhado com a CPA para acompanhamento dos processos de mudança.

Periodicamente é realizada, pelos membros da CPA, uma revisão das pesquisas no sentido de adequar cada questionário à 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 uma Comissão de Especialistas "*ad hoc*"⁵

⁵ 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.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ESPECÍFICAS

BALBÉ, M. M. G. **A interlocução entre professor tutor e aluno na educação a distância**. Educar, Curitiba, n. 21, p. 215-224. 2003. Editora UFPR, 2003.

BRASIL. Casa Civil. Presidência da República. **Decreto nº 4.281**, de 23 de junho de 2002, que regulamenta a lei 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Brasília: Casa Civil, 2002. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm. Acesso em 20 de abril de 2021.

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Decreto nº 5.626**, de 22 de dezembro de 2005, que regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm. Acesso 15 de maio de 2021.

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Lei nº 11.788**, de 25 de setembro de 2008, que dispõe sobre o estágio de estudantes. Brasília: Casa Civil, 2008. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm. Acesso em 13 de março de 2021.

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília: Casa Civil, 1996. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9394.htm. Acesso em 20 de junho de 2021.

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Lei nº 9.795**, de 27 de abril de 1999, que dispõe sobre a educação ambiental e institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Brasília: Casa Civil, 2002. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9795.htm. Acesso em 15 de agosto de 2021.

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Lei nº 10.861**, de 14 de abril de 2004, que implanta o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES. Brasília: Casa Civil, 2004.

_____. Conselho Nacional de Avaliação da Educação Superior. **Resolução nº 1**, de 17 de junho de 2010, que normatiza o Núcleo Docente Estruturante. Disponível em http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=6885-resolucao1-2010-conae&category_slug=outubro-2010-pdf&Itemid=30192. Acesso em 25 de setembro de 2021.

_____. "Investimentos publicitários movimentam mais de R\$ 11 bilhões no primeiro trimestre de 2021". Kantar IBOPE Media, 7/05/21. Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/investimentos-publicitarios-movimentam-mais-de-r-11-bilhoes-no-primeiro-trimestre-de-2021>.

_____. "O valor da publicidade no Brasil. O impacto do setor nos negócios, na economia e na sociedade". Deloitte, 09/2021. Disponível em <https://www.abap.com.br/wp-content/uploads/2021/09/deloittevalorpublicidadeptdigital.pdf>.

_____. INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Censo Escolar, 2020. Brasília: MEC, 2021. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/pesquisa/13/78117>



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.

_____. Ministério da Educação (MEC). **Portaria n.º 4.059**, de 10 de dezembro de 2004, que resolve que as instituições de ensino superior poderão introduzir, na organização pedagógica e curricular de seus cursos superiores reconhecidos, a oferta de disciplinas integrantes do currículo que utilizem modalidade semipresencial. Publicada no DOU de 13/12/2004, Seção 1, p. 34. Disponível em http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/nova/acs_portaria4059.pdf. Acesso em 17 de setembro de 2021.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Parecer nº 3**, de 19 de maio de 2004, que homologa as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Brasília: CNE, 2004. Disponível em http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/cnecp_003.pdf. Acesso em 25 de agosto de 2021.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Resolução nº 1**, de 17 de junho de 2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Brasília: CNE/ CES, 2004. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/res012004.pdf>. Acesso em 23 de setembro de 2021.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Resolução nº 1**, de 30 de maio de 2012, que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos. Diário Oficial da União nº 105, de 31 de maio de 2012. Seção 1. p. 48. Disponível em http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/rcp001_12.pdf. Acesso em 27 de setembro de 2021.

_____. Ministério da Educação. **Portaria n.º 2.051**, de 09 de julho de 2004, que Regulamenta os procedimentos de avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído na Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004. Publicado no Diário Oficial da União em 12 de julho de 2004, p. 12-13. Disponível em <http://meclegis.mec.gov.br/documento/view/id/32>.

_____. Ministério da Educação. **Portaria nº 3.284**, de 7 de novembro de 2003. Publicada no DOU 11/11/2003 p. 12, Seção 1, que dispõe sobre requisitos de acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências, para instruir os processos de autorização e de reconhecimento de cursos, e de credenciamento de instituições. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/port3284.pdf>. Acesso em 28 de agosto de 2021.

DELORS, J. Tendências da Educação Superior para o Século XXI. In: CONFERÊNCIA MUNDIAL SOBRE ENSINO SUPERIOR, 1998, Paris. **Anais ...** Brasília: UNESCO Brasil, 1999.

FAVA.R. **Trabalho, Educação e Inteligência Artificial: A Era do Indivíduo Versátil**. Porto Alegre: Penso, 2018. (eBook Kindle)

GARRISON, D. R., ANDERSON, T., ARCHER, W. Critical Inquiry in a text based environment. Computer Conferencing in Higher Education. **Internet in Higher Education**, v. 2, nº 2, p. 87-105, 2000.

HOFFMANN, G et al.(orgs.) **Aprendizagem Digital** curadoria, metodologias e ferramentas para o novo contexto educacional. Porto Alegre: Pensa, 2021.

MILLÀN, A. L. **Gestión por Competencias y Ocupaciones**. Sevilla: Universidade de Sevilla, Apostila, 1999, p.3.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.



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.

MOURA, R. A de & ALMEIDA, A.A.de. (orgs.). **Internacionalização do ensino superior: desafios e perspectivas**. Curitiba: CVR, 2020.

_____. **Mapa do Ensino Superior no Brasil 2022**. São Paulo: Instituto SEMESP, 2022.

MOREIRA, A. F. B.; SILVA, T. T. da (Orgs.). **Currículo, cultura e sociedade**. São Paulo: Cortez, 1995.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita**. Repensar a reforma e reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

_____. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2018.

MUNHOZ, A. S. **Andragogia: a educação de jovens e de adultos em ambientes virtuais**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

MUSSAK, E. **Metacompetência: uma nova visão do trabalho e da realização pessoal**. São Paulo: Gente, 2003.

PETERS, O. **Didática do ensino a distância**. São Leopoldo, RS: Editora da Unisinos, 2001.

RESENDE, L. M. G. de. Paradigma – relações de poder-projeto político-pedagógico: dimensões indissociáveis do fazer executivo. In: VEIGA, P. A. **Projeto Político Pedagógico da Escola: uma construção possível**. Campinas: Papirus, 2001, p. 92.

SALAS, L. A. **Conectivismo: Una teoría del aprendizaje en la era digital**. Saarbrücken, Alemanha: VDM Publishing, 2017.