

EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL-PUBLICIDADE E PROPAGANDA (Currículo iniciado em 2009)

ARTE E ESTÉTICA EM COMUNICAÇÃO/PP (1958) C/H 68

Investigação da natureza, história e estilos de arte. Estudo das manifestações artísticas em obras de arte, música, teatro, cores, formas. Conceitos de beleza em anúncios publicitários.

ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO (2077) C/H 102

Técnicas e atuação relacionados ao profissionais de publicidade no atendimento. Pensamento estratégico na elaboração de campanhas publicitárias.

COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA/PP (2079) C/H 102

Estruturalismo e pós-estruturalismo. Estudos Culturais. Lastro popular da cultura. Multiculturalismo: diversidades e questões étnico-raciais, História e Cultura Afro-brasileira e Africana. Folkcomunicação. Teorias e hipóteses emergentes da Comunicação.

COMUNICAÇÃO INTEGRADA/PP (2089) C/H 68

Apresentação dos conceitos de comunicação integrada. Estudo do processo de desenvolvimento de identidade corporativa. Análise das estratégias de publicidade, relações públicas e jornalismo.

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL (2086) C/H 136

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA (1072) C/H 136

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios impressos.

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO SONORA (2085) C/H 136

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais

ECONOMIA APLICADA À PUBLICIDADE (1961) C/H 68

Introdução a Economia. Estudo da publicidade como vetor do desenvolvimento econômico e social.

EMPREENDEDORISMO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA (2090) C/H 68

O Negócio da comunicação. Perfil empreendedor. Noções de empreendedorismo no mercado publicitário. Os tipos de empresas de comunicação. Novos paradigmas da administração e sua aplicação em empresas de comunicação.

ESTÁGIO - PRÁTICAS INTEGRADAS EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA (2087) C/H 68

Aplicação das teorias e técnicas aprendidas durante o curso numa experiência prática e real, sob a orientação de um professor orientador e um supervisor da empresa.

FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA (2073) C/H 136

Investigação das técnicas de processamento fotográfico. Produção e análise da imagem na publicidade.

INFORMÁTICA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA (2078) C/H 102

Discussão e aplicação dos recursos e sistemas tecnológicos utilizados na publicidade e propaganda.

INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE E PROPAGANDA (1959) C/H 136

Conceitos sobre os campos de ação da publicidade e propaganda.

LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM PUBLICIDADE (2076) C/H 68

Observação e emprego da legislação e regulamentação específica da profissão. Código de ética do profissional de propaganda, os órgãos reguladores e mecanismos de defesa do consumidor.

A partir de 2015:

Observação e emprego da legislação e regulamentação específica da profissão. Código de

ética do profissional de propaganda, os órgãos reguladores e mecanismos de defesa do consumidor. Conceito e caracterização dos Direitos Humanos. O papel da educação em Direitos Humanos (EDH) na formação da consciência do publicitário.

LÍNGUA PORTUGUESA/PP (1960) C/H 136

Linguagem, língua e comunicação; funcionamento dialógico, pragmático e discursivo da linguagem; linguagem verbal na comunicação social (objetividade e subjetividade; intertextualidade e polifonia); elementos de língua padrão.

METODOLOGIA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA/PP (1965) C/H 68

Estrutura e desenvolvimento de trabalhos científicos em comunicação.

MÍDIA (2082) C/H 136

Caracterização e identificação técnica das diversas mídias. Planejamento estratégico, análise e seleção dos veículos de comunicação. Orçamentos: custos de mídia e negociações. Mídias alternativas.

PESQUISA EM COMUNICAÇÃO/PP (2074) C/H 68

Identificação das fases do processo de pesquisa e orientação do aluno para elaboração de projetos nas diversas áreas do conhecimento humano, incentivando o desenvolvimento de pesquisa científica em comunicação social.

PESQUISA MERCADOLÓGICA (2083) C/H 136

Classificação de públicos, utilização de métodos e técnicas de pesquisa. Processos estatísticos na pesquisa mercadológica. Tabulação e análise dos dados. Aplicação dos resultados em campanhas publicitárias.

PSICOLOGIA E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (1962) C/H 102

Estudo dos aspectos psicológicos na comunicação. Comportamento humano e comportamento do consumidor. Teorias motivacionais e sociais no processo de consumo.

A partir de 2015:

O comportamento do consumidor. Estudo das teorias e dos aspectos sociais e psicológicos no processo de consumo. Consumo, consumismo e consumerismo. Consumo e desperdício. Educação ambiental e educação para o consumo.

PUBLICIDADE E MERCADO (2080) C/H 136

Técnicas e aplicações práticas do Marketing utilizadas por empresas de comunicação em suas atuações no mercado.

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA (2081) C/H 136

O anúncio publicitário para meios impressos e eletrônicos. Estudo e criação do texto publicitário, suas características e elementos. Técnicas de construção da mensagem publicitária e suas especificidades.

SEMINÁRIO DE PESQUISA/PP (2088) C/H 68

Discussão e orientação dos diferentes projetos de pesquisa desenvolvidos pelos alunos, sob orientação e coordenação de docentes.

A partir de 2015:

SEMINÁRIO DE PESQUISA/PP/TCC (3314) C/H 68

Discussão e orientação dos diferentes projetos de pesquisa desenvolvidos pelos alunos, sob orientação e coordenação de docentes.

SEMIÓTICA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA (2075) C/H 68

Elementos de Semiótica direcionados a publicidade e propaganda: sistemas de significação, signos e os meios de comunicação. Modelos semiológicos, diferentes níveis de codificação de linguagem. A sociedade e o signo.

SOCIEDADE, CULTURA E COMUNICAÇÃO/PP (1963) C/H 68

Discussões acerca das relações entre sociedade, cultura e meios de comunicação em suas formas impressa, audiovisual e *on line*. Reflexões sobre a maneira como a Publicidade e a Propaganda interferem, interagem e transformam as relações sociais e culturais.

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO/PP (1964) C/H 102

Conceitos e funções das Teorias e Escolas de Comunicação.

TÓPICOS ESPECIAIS/PP (2084) C/H 68

Abordagens temáticas referentes às atualidades em Publicidade e Propaganda.

DISCIPLINAS OPTATIVAS

ASSESSORIA POLÍTICA (1939) C/H 68

O assessorado e a relação com a mídia. Marketing político. Análise de opinião pública. Ações de campanha eleitoral, gestão e planejamento estratégico.

BRANDING (1944) C/H 68

Construção da identidade de marcas. Competitividade e destaque no mercado. Análise estratégica no desenvolvimento e gerenciamento de marcas.

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA (1942) C/H 68

Comunicação e mudança social. Utilização pelas comunidades dos recursos de comunicação. A comunicação comunitária com base na organização de segmentos sociais e como fator de divulgação, reivindicações e entretenimento. Comunicação sindical.

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO (1943) C/H 68

Investigação e reflexão da inter-relação entre a Comunicação e a Educação.

COMUNICAÇÃO E MEIO AMBIENTE (2300) C/H 68

O comunicador e as sociedades sustentáveis: desafios e perspectivas. Comunicação e responsabilidade global. As questões ambientais vistas pela ótica da comunicação. O papel dos meios de comunicação no debate ambiental.

COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS (2301) C/H 68

O papel da comunicação na promoção dos direitos humanos e da cidadania. A democratização da comunicação. O comunicador diante dos estereótipos e injustiças sociais. A diversidade cultural, a pluralidade de pensamento e a mídia. O Estado, o Mercado e a Sociedade Civil: indivíduo e grupos sociais.

COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING (1941) C/H 68

Comunicação Mercadológica. Composto comunicacional. Planejamento. Avaliação e Controle.

CONTO BRASILEIRO (1953) C/H 68

O conto brasileiro contemporâneo e a tradição literária.

CULTURA E ARTE NO BRASIL (1948) C/H 68

Contextualização histórica e análise estética de diferentes linguagens artísticas da Arte Brasileira.

FILOSOFIA DA LINGUAGEM (1949) C/H 68

Estudo da atividade cognoscitiva da linguagem sob o enfoque filosófico-reflexivo. Grupos de estudos.

FUNDAMENTOS CINEMATOGRAFICOS (1089) C/H 68

Investigação das principais teorias cinematográficas. Interpretação de filmes e formação de um discurso audiovisual próprio.

GESTÃO DE EVENTOS, CERIMONIAL E PROTOCOLO (2770) C/H 68

Gestão e Organização de Eventos de pequeno, médio e grande porte. Noções de cerimonial e protocolo nacional. Decreto Presidencial nº70274/1982. A Assessoria de Comunicação atuando nos eventos oficiais empresariais.

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO (1936) C/H 68

O advento da imprensa e as transformações nas relações sociais. O surgimento e desenvolvimento da comunicação de massa. A evolução da imprensa e os impactos sociais daí decorrentes. Surgimento e evolução da imprensa brasileira.

INFÂNCIA, PRODUÇÃO CULTURAL E REPRESENTAÇÕES (1955) C/H 68

Abordagens da infância em suas diferentes imagens e representações. A construção imagética

dos discursos sobre a criança na modernidade e pós-modernidade. Os diferentes olhares de alteridade sobre a infância. Lugares, imaginário e representações da infância na arte, na mídia, na literatura, na sociedade de consumo, nas produções culturais e nas múltiplas linguagens que sustentam a educação das crianças.

JORNALISMO CIENTÍFICO (1090) C/H 68

Teoria e técnica da produção da notícia de informação especializada em Ciência e Tecnologia.

JORNALISMO E TERCEIRO SETOR (1938) C/H 68

Conceitos, definições e classificações sobre o Terceiro Setor e sua relação com a sociedade e o Estado. O desenvolvimento sustentável nas organizações e a importância da responsabilidade social. O papel dos meios de comunicação no Terceiro Setor. Ferramentas da comunicação a serviço do exercício da cidadania. Planejamento estratégico em comunicação para o Terceiro Setor.

JORNALISMO LITERÁRIO (1935) C/H 68

Jornalismo Literário: conceitos e experiências. Gêneros do Jornalismo Literário. Estrutura e técnicas narrativas. Reflexão sobre conceitos e técnicas narrativas que permeiam um fazer jornalístico alicerçado no mergulho na realidade e na subjetividade.

LÍNGUA INGLESA INSTRUMENTAL (1952) C/H 68

Desenvolvimento de estratégias de leitura, de vocabulário e de gramática, visando à compreensão geral e detalhada de diferentes tipos de texto.

LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS – LIBRAS (2789) C/H 68

Aspectos Históricos: cultura surda, identidade e língua de sinais. Estudo da legislação e das políticas de inclusão de pessoas com surdez. O ensino de Libras e noções básicas dos aspectos linguísticos. Introdução às práticas de compreensão e produção em LIBRAS por meio do uso de estruturas e funções comunicativas elementares.

PENSAMENTO FILOSÓFICO NA AMÉRICA LATINA (1951) C/H 68

O Pensamento latino-americano entendido a partir de sua origem, construções e alcance.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO (1940) C/H 68

Análise de oportunidades e mercados. Identificação de segmentos. Desenvolvimento de estratégias competitivas.

PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIOS (1937) C/H 68

Conceituação, características e tipos de documentários. Fundamentos cinematográficos para a produção de documentários. O documentário jornalístico.

PROPAGANDA POLÍTICA E IDEOLÓGICA (1947) C/H 68

Estudo da comunicação enquanto campo de poder. Influência da comunicação na sociedade contemporânea. Comunicação, política e democracia. Novas configurações da política na sociedade midiaticizada.

PUBLICIDADE E TERCEIRO SETOR (1945) C/H 68

A relação do Terceiro Setor com a sociedade e o Estado. A importância da responsabilidade social para as organizações. O papel dos meios de comunicação no Terceiro Setor. Ferramentas da comunicação a serviço do exercício da cidadania.

PUBLICIDADE ON-LINE (1946) C/H 68

Teorias e técnicas aplicadas à publicidade para internet. Convergências de meios tecnológicos e tendências comunicacionais.

ROMANCE BRASILEIRO (1957) C/H 68

Possibilidades de sistematização da produção ficcional brasileira. Movimentos, grupos, obras e autores representativos.

SOCIOLOGIA DO CONHECIMENTO (1950) C/H 68

Estudo das influências dos grupos sociais e suas relações sobre o pensamento e o saber.

TEXTOS FUNDAMENTAIS DE LITERATURA (1954) C/H 68

Estudos de textos teatrais, narrativos e poéticos representativos da literatura universal. Possibilidade de submeter um roteiro de leitura à própria curiosidade intelectual do leitor, escolhendo ângulos de apreciação que levam a superar a obrigação curricular da leitura, alcançando o nível da leitura prazerosa.