



Estácio

FACULDADE ESTÁCIO VITÓRIA

Síntese

Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda

Vitória/ES, 2020

Missão

“EDUCAR PARA TRANSFORMAR: *Integramos academia e gestão para oferecer uma educação transformadora ao maior número de pessoas, criando impacto positivo para a sociedade onde atuamos, de forma integral e humanizada, com responsabilidade socioambiental, visando ao desenvolvimento do Município de Vitória, do estado do Espírito Santo e da Região Sudeste do Brasil”.*

Objetivos Gerais

Propiciar o ambiente acadêmico proficiente ao desenvolvimento da reflexão e da investigação dos processos de comunicação e de suas transformações diante das mudanças ocorridas nas culturas e nas sociedades contemporâneas consequentes à introdução das novas tecnologias de informação e de representação nas atividades profissionais.

Objetivos Específicos

Ao final do curso, os alunos deverão estar aptos a:

- ◆ Compreender e acompanhar os papéis desempenhados pelas entidades envolvidas no processo da Publicidade e Propaganda - clientes, agências, fornecedores e mídias, percebendo, desta forma, a lógica e a dinâmica que regem o mercado publicitário;
- ◆ Desenvolver pesquisas que subsidiem as soluções de comunicação recomendadas aos clientes, como: pesquisas de consumo, de concorrência, de argumentos/approaches, motivacionais/consumer`s insights, recepção de mensagens publicitárias e outras, definindo meios para avaliar e, caso necessário, corrigir os programas propostos;
- ◆ Conhecer e dominar as características das linguagens e estéticas próprias de cada meio de comunicação, seja um meio tradicional, uma nova mídia ou mídias digitais;
- ◆ Criar, produzir, orientar e julgar materiais de comunicação e seus correlatos, utilizando a criatividade como instrumento da solução de problemas em comunicação;
- ◆ Dar subsídios para a contratação, acompanhamento e avaliação de serviços de fornecedores e produtores especializados;
- ◆ Conhecer as atividades do marketing nos campos da política, serviços, relacionamento, responsabilidade social e produto, identificando e interpretando os desejos e necessidades do consumidor e os fatores que o levarão a preferir um determinado produto, serviço ou marca;
- ◆ Executar e/ou orientar o planejamento de mídia, incluindo análise de pesquisas de mídia (audiência, número e perfil de leitores etc.), seleção de veículos, programação e controle de veiculação;
- ◆ Compreender as mídias digitais enquanto meios de comunicação, seus impactos, usos e aplicações, capazes de atingir o mercado consumidor;
- ◆ Gerenciar a aplicação dos recursos financeiros dos anunciantes, visando à plena otimização das ferramentas de comunicação publicitária.

Perfil do Egresso

A graduação em Publicidade e Propaganda forma um profissional vocacionado para o empreendedorismo e com conhecimento sólido que lhe permite associar a teoria com a prática. Em outras palavras, permite que este publicitário seja um profissional multimídia e multifunção, com amplo domínio da gestão e produção de conteúdos para as mídias tradicionais e, especialmente, para as mídias digitais, com capacidade de reflexão, análise e crítica da produção e recepção das mensagens; apto a compreender a dimensão conceitual dos discursos publicitários e suas funções na constituição das relações de sociabilidade contemporâneas.

A busca constante do “aprender a aprender” e do “aprender a fazer” dentro das exigências cotidianas da profissão, impostas pelas ininterruptas e rápidas mudanças tecnológicas e suas consequências sociais, transforma-o em um profissional que domina com eficiência as técnicas de produção publicitária, desde a identificação de um problema de comunicação de um anunciante e sua efetiva solução, passando pelos processos de planejamento, criação, produção, difusão e gestão de campanhas publicitárias, ações promocionais e de incentivos, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação, necessárias para o desempenho do seu trabalho como publicitário, estando atento às transformações socioeconômicas, políticas, tecnológicas e culturais da sociedade e apto a atuar de forma ética, sustentável e com responsabilidade social.

De uma formação humanista ampla, proposta na estrutura curricular do Curso, deve resultar um profissional capaz de manter sempre presentes os aspectos éticos de sua conduta, dada a grande responsabilidade política e social depositada em suas atividades.

Por fim, o egresso do Curso de Publicidade e Propaganda da nome da FESV será apto a atuar no departamento de marketing, comunicação e propaganda de empresas públicas, privadas ou de terceiro setor; agências de propaganda - em todos os seus departamentos, fornecedores de produtos e serviços em geral - fotografia, produtoras de áudio e comerciais; empresas de eventos, promoções, merchandising e incentivo; fornecedores gráficos e correlatos, e empresas produtoras e distribuidoras de conteúdos digitais, entre outros, incluindo-se também veículos de comunicação, assim como nos mercados emergentes da comunicação institucional e nos meios tecnológicos/digitais, por exemplo, a internet, a telefonia celular, redes sociais e outros.

Matriz

MATRIZ CURRICULAR
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - GRADUAÇÃO - 118

Documento na íntegra está disponível para consulta na biblioteca do campus

1º PERÍODO	Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS			Teórica	Prática	Campo	Total	
FUNDAMENTOS DAS CIÊNCIAS SOCIAIS	OBRIGATÓRIA	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
LÍNGUA PORTUGUESA	OBRIGATÓRIA	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	36	0	90	18
INTRODUÇÃO À FOTOGRAFIA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	36	18	0	54	18
INTRODUÇÃO ÀS PROFISSÕES EM COMUNICAÇÃO	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	36	0	90	18
2º PERÍODO	Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS			Teórica	Prática	Campo	Total	
COMPUTAÇÃO GRÁFICA E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	72	0	72	0
FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	18	36	0	54	18
HISTÓRIA DA CULT. E DA SOC. NO MUNDO CONTEMPORANEO	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
HISTÓRIA DA MÍDIA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
NARRATIVA MUDIÁTICA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
3º PERÍODO	Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS			Teórica	Prática	Campo	Total	
COMUNICAÇÃO E MARKETING	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	72	0	0	72	0
COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
criação publicitária	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	18	36	0	54	18
ESTÉTICA DA IMAGEM	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18

Documento na íntegra está disponível para consulta na biblioteca do campus

4º PERÍODO		Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS				Teórica	Prática	Campo	Total	
DIREÇÃO DE ARTE EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0
ECONOMIA EMPRESARIAL		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0
MÍDIA		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0
PLANEJAMENTO E GESTÃO DO PROCESSO PUBLICITÁRIO		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0
REDAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÍDIAS IMPRESSAS		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0
COMUNICAÇÃO E POLÍTICA		OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO		ELETIVA G1	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E MARCAS		ELETIVA G1	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE CONTEMPORÂNEA		ELETIVA G1	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
MARKETING PARA O TERCEIRO SETOR		ELETIVA G1	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
5º PERÍODO		Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS				Teórica	Prática	Campo	Total	
PRODUÇÃO GRÁFICA		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	36	0	72	0
REDAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÍDIAS AUDIOVISUAIS		OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0
CULTURA DAS MÍDIAS		OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
GESTÃO DE MARKETING		OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	22	76	18
PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS		OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	36	18	0	54	18
6º PERÍODO		Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS				Teórica	Prática	Campo	Total	

Documento na íntegra está disponível para consulta na biblioteca do campus

ÉTICA E LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0
METODOLOGIA DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0
MÍDIAS DIGITAIS	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	36	0	72	0
PESQUISA DE OPINIÃO E MERCADOLÓGICA	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0
PROJETO EXPERIMENTAL - CAMPANHA INSTITUCIONAL	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18

7º PERÍODO		Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS	Teórica			Prática	Campo	Total		
ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0	
PROJETO EXPERIMENTAL - CAMPANHA DE PRODUTO	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	22	58	0	
PROJETO EXPERIMENTAL - PROMO. DE VENDAS E MERCHA.	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	22	58	0	
AUDIOVISUAL PARA WEB	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18	
DESIGN E MULTIMÍDIA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18	
CULTURA BRASILEIRA	ELETIVA G2	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36	
CULTURA EMPREENDEDORA	ELETIVA G2	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36	
EMBALAGEM	ELETIVA G2	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36	
PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	ELETIVA G2	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36	

8º PERÍODO		Tipo de participação	Modalidade de ensino	Carga horária				Carga horária à distância
DISCIPLINAS	Teórica			Prática	Campo	Total		
PROJETO EXPERIMENTAL- PLANO DE NEG. EM COMUN.	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	0	36	0	36	0	
TCC EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	OBRIGATÓRIA	PRESENCIAL	36	0	0	36	0	

Documento na íntegra está disponível para consulta na biblioteca do campus

TÓPICOS ESPECIAIS EM COMUNICAÇÃO	OBRIGATÓRIA	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36
COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	54	0	0	54	18
PUBLICIDADE E MULTIMEIOS	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	18	36	0	54	18
WEBDESIGN	OBRIGATÓRIA	HÍBRIDA	18	36	0	54	18
TÓPICOS EM LIBRAS: SURDEZ E INCLUSÃO	OPTATIVA	À DISTÂNCIA	36	0	0	36	36

Resumo das cargas horárias mínimas exigidas	Teórica	Prática	Campo	Total	%
Disciplinas obrigatórias	1.440	720	66	2.226	79,84
Estágio supervisionado	0	0	0	0	0,00
Disciplinas eletivas				72	2,58
Atividades acadêmicas complementares				490	17,58
Total do curso				2.788	100,00
Carga horária disciplinas optativas				36	-

Cargas horárias mínimas exigidas para disciplinas eletivas	Presencial	à distancia	Obrigatória
ELETIVA G1	0	36	36
ELETIVA G2	0	36	36
Total de Eletivas Obrigatório	0	72	72

	Horas	%
Carga horária à distância do currículo	468	19,37