



# GUIA DE PERCURSO



Anhanguera





# Guia de percurso

- 2025-1

PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA -  
BACHARELADO



## SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO DO CURSO.....	5
OBJETIVOS DO CURSO .....	5
PERFIL DO EGRESSO.....	6
PERFIL DO EGRESSO.....	7
2 ORGANIZAÇÃO DO CURSO .....	8
ATIVIDADES DISPONÍVEIS NO AVA .....	8
SISTEMA DE AVALIAÇÃO .....	8
ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA .....	8
ATIVIDADES PRÁTICAS.....	9
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA .....	9
ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO .....	10
ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS - ACO .....	10
3 APOIO AOS ESTUDOS .....	11
4 MATRIZ CURRICULAR E EMENTÁRIO.....	12
MATRIZ CURRICULAR.....	12
EMENTÁRIO .....	13

**CARO(A) ESTUDANTE,**

Seja bem-vindo(a)!

Iniciando a sua trajetória acadêmica, é importante que você receba as informações acerca da organização do seu curso, bem como dos espaços pelos quais sua jornada se concretizará.

No intuito de orientá-lo, apresentamos neste Guia de Percurso informações objetivas sobre o funcionamento do seu curso e suas especificidades.

Desejamos a você uma ótima leitura e um excelente período de estudos.

Coordenação do Curso

## **1 APRESENTAÇÃO DO CURSO**

O Curso é ofertado na modalidade EaD, com conteúdo didático digital, atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), com o suporte dos tutores a distância e dos docentes das disciplinas, além de atividades presenciais previamente preparadas de acordo com as especificidades de cada curso. Consulte o polo de apoio para receber mais informações sobre o modelo de oferta do seu Curso.

Embora você tenha autonomia para decidir quando e onde estudar, recomendamos que crie um cronograma de estudos para melhor uso do seu tempo. Você contará com o suporte dos tutores a distância e dos docentes das disciplinas, viabilizadas por meio do AVA.

O Curso cumpre integralmente ao que é estabelecido na Legislação Nacional vigente, em relação às competências e aos conteúdos obrigatórios estabelecidos para o perfil profissional e quanto ao uso de recursos tecnológicos como viabilizador do processo didático-pedagógico.

### **OBJETIVOS DO CURSO**

O Curso de Publicidade e Propaganda, na modalidade EaD, tem como principal objetivo formar um profissional com senso crítico, apto a agir eticamente, com sólida formação geral e humanística, capacidade de análise, domínio dos conceitos de sua área aliada a uma postura reflexiva e de visão crítica que fomente a capacidade e a aptidão para a aprendizagem autônoma e dinâmica de forma a atender ao mercado de trabalho, competente para elaborar estratégias e inovações de publicidade e de propaganda, bem como planejar, criar, produzir, distribuir e gerenciar a comunicação a partir de ações promocionais e campanhas publicitárias, desenvolvendo soluções de comunicação eficazes para os objetivos e estratégias de marketing.

#### **Objetivos específicos:**

- I. Desenvolver projetos e atividades para aproximá-lo da comunidade regional na qual ele irá se inserir profissionalmente;

II. Estimular a compreensão e a aplicação de tecnologias e técnicas de Publicidade e Propaganda compatíveis à sua área de atuação, ainda de desenvolver campanhas publicitárias e estratégias de Marketing, projetos e pesquisas de comunicação, criação e produção publicitária, desenvolvimento de ferramentas de análise qualitativa e quantitativa e gerenciamento de métricas voltadas ao gerenciamento de recursos e resolução de problemas publicitários;

III. Desenvolver capacidade para atuar planejando, avaliando e gerenciando as atividades do Publicitário, buscando a qualidade e a garantia legal;

IV. Promover a busca e a utilização de tecnologias organizacionais de gestão no processo de tomada de decisão da comunicação;

V. Promover a responsabilidade socioambiental, garantindo a ética profissional e as suas contribuições à sociedade em que está inserido

## **PERFIL DO EGRESSO**

O curso, por meio do modelo acadêmico e da proposta de organização curricular, busca que você seja um profissional que, de acordo com as determinações legais, apresente valores, competências e habilidades necessários para atuação nos diferentes campos de abrangência da profissão, estando apto a:

- I. Desenvolver projetos e atividades para aproximá-lo da comunidade regional na qual ele irá se inserir profissionalmente;
- II. Estimular a compreensão e a aplicação de tecnologias e técnicas de Publicidade e Propaganda compatíveis à sua área de atuação, ainda de desenvolver campanhas publicitárias e estratégias de Marketing, projetos e pesquisas de comunicação, criação e produção publicitária, desenvolvimento de ferramentas de análise qualitativa e quantitativa e gerenciamento de métricas voltadas ao gerenciamento de recursos e resolução de problemas publicitários;
- III. Desenvolver capacidade para atuar planejando, avaliando e gerenciando as atividades do Publicitário, buscando a qualidade e a garantia legal;
- IV. Promover a busca e a utilização de tecnologias organizacionais de gestão no processo de tomada de decisão da comunicação;

- V. Promover a responsabilidade socioambiental, garantindo a ética profissional e as suas contribuições à sociedade em que está inserido.

## **PERFIL DO EGRESSO**

O curso, por meio do modelo acadêmico e da proposta de organização curricular, busca que você seja um profissional que, de acordo com as determinações legais, apresente valores, competências e habilidades necessários para atuação nos diferentes campos de abrangência da profissão, estando apto a:

- I. Empreender no processo tecnológico e buscar a produção e a inovação científico tecnológica e suas aplicações no mundo do trabalho;
- II. Gerenciar processos de criação e de produção publicitária para: TV, Rádio, Mídias Digitais, Internet, Cinema;
- III. Planejar e executar Pesquisas de mercado, avaliar os impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da comunicação em Publicidade e Propaganda;
- IV. Adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente de sua formação;
- V. Atuar com criticidade e criatividade e privilegiar a atitude ética e humanista na abordagem e na solução de problemas;
- VI. Conhecer os fundamentos teóricos da Comunicação;
- VII. Conhecer e aplicar conceitos de Marketing, Técnicas promocionais, Pesquisa de mercado, Marketing e Estratégia em Comunicação Publicitária, Empreendedorismo e Inovação, Gestão de Marcas, Propaganda Política e Comportamento do Consumidor;
- VIII. Dominar e buscar a atualização da tecnologia especializada, para desenvolver as práticas publicitárias demandadas pelo mercado.

## **2 ORGANIZAÇÃO DO CURSO**

### **ATIVIDADES DISPONÍVEIS NO AVA**

O desenvolvimento das disciplinas ocorre conforme o Calendário Acadêmico, observando a linha do tempo, disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) que você irá acessar com seu *login* e sua senha exclusivos.

O material didático, é fundamental para a realização das atividades programadas além de ser componente obrigatório das provas. Sempre que necessitar de orientações para a realização das atividades propostas, você poderá entrar em contato com o seu tutor a distância.

Você também pode consultar o detalhamento destas atividades no Manual Acadêmico disponível no AVA.

### **SISTEMA DE AVALIAÇÃO**

No sistema de Avaliação, cada disciplina possui um nível que determina quais atividades valem pontos e a quantidade total de pontos disponíveis.

Para entender cada uma dessas atividades, quanto vale e os critérios de avaliação, veja os detalhes no Manual da Avaliação disponível no AVA.

Acesse sempre a linha do tempo, disponível em seu AVA, para organizar a sua rotina de estudo e se preparar para todas as atividades previstas no curso.

### **ARTICULAÇÃO TEORIA E PRÁTICA**

A estruturação curricular do curso prevê a articulação entre a teoria e a prática, com o objetivo de possibilitar a aplicabilidade dos conceitos teóricos das disciplinas, por meio de vivência de situações inerentes ao campo profissional, contribuindo para o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para sua atuação nas áreas da futura profissão.

## **ATIVIDADES PRÁTICAS**

No intuito de cumprir os objetivos de ensino e de aprendizagem relacionados às disciplinas com carga horária prática, serão desenvolvidas atividades de aprendizagem e aprimoramento profissional, que poderão ocorrer dentro e/ou fora das instalações do seu polo, de acordo com a natureza de cada curso.

Os locais e recursos destinados ao desenvolvimento dos conteúdos práticos podem ser disponibilizados em: bibliotecas, laboratórios, clínicas, núcleos profissionalizantes específicos e por meio de objetos de aprendizagem digitais, que contextualizam o conteúdo e desenvolvem as competências estabelecidas para o componente curricular.

Os objetos de aprendizagem são recursos didáticos pedagógicos que compreendem os simuladores educacionais, os softwares e as estratégias audiovisuais que proporcionam uma ênfase no uso de Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), permitindo a você uma experiência acadêmica focada na realidade do mercado de trabalho.

## **EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA**

As atividades extensionistas são componentes obrigatórios, conforme estabelecido pela Legislação.

Têm como finalidade articular os conteúdos teóricos em aplicações práticas, por meio de ações voltadas à sociedade, tendo como premissa, o atendimento das necessidades locais, de forma integrada e multidisciplinar, envolvendo a comunidade acadêmica.

Você terá a oportunidade de desenvolver projetos com ações comunitárias a partir de um problema local, vinculado a um dos Programas de Extensão Institucional, a saber: atendimento à comunidade; ação e difusão cultural, inovação e empreendedorismo, e sustentabilidade.

As ações extensionistas serão realizadas presencialmente, baseadas nas especificidades regionais escolhidas por você. As orientações de funcionamento da extensão estarão disponíveis no AVA e terão suporte de tutores e professores.

Você terá a oportunidade de colocar a “mão na massa” e compartilhar conhecimentos e competências que você já desenvolveu no seu curso!

## **ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO**

No seu percurso acadêmico, você poderá realizar o Estágio Curricular Não Obrigatório, que tem como objetivo desenvolver atividades extracurriculares que proporcionem o inter-relacionamento dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso.

Esse estágio pode ser realizado no setor privado, em entidades e órgãos de administração pública, instituições de ensino e/ou pesquisa em geral, por meio de um termo de compromisso, desde que traga vivência efetiva de situações reais de trabalho e ofereça o acompanhamento e orientação de um profissional qualificado.

## **ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS - ACO**

As Atividades Complementares Obrigatórias (ACO) são componentes curriculares obrigatórios, que permitem diversificar e enriquecer sua formação acadêmica e se efetivam por meio de experiências ou vivências do aluno, durante o período de integralização do curso, contemplando atividades que promovam a formação geral, como também a específica, ampliando suas chances de sucesso no mercado de trabalho.

Alguns exemplos de modalidades de ACO são: estágio curricular não obrigatório, visitas técnicas, monitoria acadêmica, programa de iniciação científica, participação em cursos, palestras, conferências e outros eventos acadêmicos, relacionados ao curso.

Recomendamos que você se organize e vá realizando as atividades, aos poucos, em cada semestre.

### 3 APOIO AOS ESTUDOS

Para que você organize seus estudos, é necessário que tenha disciplina, responsabilidade e administre seu tempo com eficiência no cumprimento das atividades propostas.

Para apoiá-lo, disponibilizamos no AVA os manuais abaixo:

- **Manual da Avaliação:** descreve o modelo de avaliação, as atividades previstas por tipo de disciplina, como obter pontuação e os critérios de aprovação.
- **Manual Acadêmico:** detalha o sistema acadêmico, as atividades a serem realizadas, o sistema de avaliação, procedimentos acadêmicos, atendimento ao estudante e outros serviços de apoio. É o documento que deve guiar sua vida acadêmica, pois contém todas as informações necessárias do ingresso no curso à formatura.
- **Guia de Orientação de Extensão:** orienta a realização das atividades extensionistas, detalhando o objetivo, as ações, operacionalização dos projetos, entrega e critérios de avaliação.

Consulte também em seu AVA:

- **Sala do tutor:** espaço no AVA onde são divulgadas orientações gerais pelos tutores a distância.
- **Biblioteca Virtual:** disponibiliza diversos materiais que vão desde os livros didáticos, periódicos científicos, revistas, livros de literatura disponíveis nas diversas bases de dados nacionais e internacionais.
- **Avaliação Institucional:** anualmente, o aluno é convidado a participar da avaliação institucional, mediante questionários que são disponibilizados em seu AVA. O acadêmico avalia a instituição, o curso, os docentes, os tutores, o material didático, a tecnologia adotada, entre outros aspectos. Os resultados possibilitam ações corretivas e qualitativas dos processos, envolvendo todos os setores da Instituição.

## 4 MATRIZ CURRICULAR E EMENTÁRIO

### MATRIZ CURRICULAR

ETAPA	DISCIPLINA	TOTAL
1	EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO	60
1	ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE	60
1	LEGISLAÇÃO E ÉTICA NA COMUNICAÇÃO	60
1	IDIOMAS INSTRUMENTAIS PARA COMUNICAÇÃO	60
1	MÍDIA E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	60
2	COMUNICAÇÃO E DISCURSO	60
2	TEORIA DA COMUNICAÇÃO	60
2	SISTEMAS BRASILEIROS DE COMUNICAÇÃO	60
2	SOCIEDADE BRASILEIRA E CIDADANIA	60
2	EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	60
3	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA*	60
3	COMUNICAÇÃO DE MARKETING EM MEIOS DIGITAIS	60
3	COMPUTAÇÃO GRÁFICA*	60
3	COMUNICAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	60
3	PROJETO DE EXTENSÃO I - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	90
4	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO*	60
4	FOTOGRAFIA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA*	60
4	PRODUÇÃO GRÁFICA*	60
4	NOVAS TECNOLOGIAS APLICADAS À COMUNICAÇÃO	60
4	GESTÃO MERCADOLÓGICA NA ERA DIGITAL	60
5	GESTÃO DE PROJETOS E EVENTOS	60
5	MARKETING ESTRATÉGICO	60
5	PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	60
5	PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR*	60
5	PROJETO DE EXTENSÃO II - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	90
6	REDAÇÃO PUBLICITÁRIA GERAL*	60
6	GESTÃO E PLANEJAMENTO DE MÍDIA	60
6	DESIGN THINKING E INOVAÇÃO DOS MODELOS DE NEGÓCIOS	60
6	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA PARA TV E CINEMA*	60
6	BRANDED CONTENT	60
7	COMUNICAÇÃO INTEGRADA ORGANIZACIONAL	60
7	PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA PARA TV E CINEMA*	60
7	GESTÃO DE INDICADORES	60

7	PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA	60
7	PROPAGANDA POLÍTICA	40
8	ILUSTRAÇÃO DIGITAL*	60
8	GERENCIAMENTO DE MARCAS	60
8	DIREÇÃO DE ARTE*	60
8	TRADE MARKETING	60
8	TRANSMÍDIA E STORYTELLING NA COMUNICAÇÃO	60
8	PROJETO DE EXTENSÃO III - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	90
	ATIVIDADES COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIAS - ACO	150

\*disciplina com carga horária prática

## EMENTÁRIO

### 1º SEMESTRE

#### **EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

Fundamentos e aspectos iniciais da inovação e processos de inovação; Panorama do empreendedorismo e oportunidade empreendedora; Perspectiva lean, plano de negócios e metodologias de gestão; Tópicos avançados em inovação e estratégia.

#### **ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE**

Estética e história da Arte na antiguidade ocidental, Idade Média, Renascimento e Barroco. Arte Neoclássica, Impressionismo e Pós-impressionismo. Surgimento de novos paradigmas da arte europeia e das vanguardas artísticas. Arte e Estética no Século XX. Arte estadunidense do Pós-Segunda Guerra. Arte, estética e tendências contemporâneas.

#### **LEGISLAÇÃO E ÉTICA NA COMUNICAÇÃO**

Estrutura conceitual de legislação e ética na comunicação. O profissional de comunicação ante a pesquisa científica e como reflexo da sociedade. A ética, seus princípios e a relevância da legislação para a garantia da comunicação. Legislação e códigos de ética em comunicação.

#### **IDIOMAS INSTRUMENTAIS PARA COMUNICAÇÃO**

Estruturas básicas da língua espanhola. Espanhol instrumental para comunicação. Estruturas básicas da língua inglesa. Comunicação e conhecimento cultural.

#### **MÍDIA E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

A comunicação e as relações humanas. As novas plataformas de comunicação. Produtos, processos e discursos midiáticos. Relações sociais da comunicação na vida contemporânea.

## 2º SEMESTRE

### **SOCIEDADE BRASILEIRA E CIDADANIA**

Formação da moral ocidental. Formação da política ocidental. A explicação sociológica da vida coletiva. A construção da sociedade global. Ética, Bioética e meio ambiente, Cidadania e Direitos Humanos, Pluralidades e diversidades no Século XXI, Cultura Afro-Brasileira e Africano.

### **COMUNICAÇÃO E DISCURSO**

Língua e linguagem. O discurso. Discurso para mídia. Discurso e Imagem.

### **EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO**

O consumidor-usuário e o marketing digital; A jornada de compra do consumidor-usuário; A experiência do usuário: conceitos e soluções; Experiência do usuário, engajamento e interatividade.

### **TEORIA DA COMUNICAÇÃO**

Produção da linguagem em comunicação. Os estudos norte-americanos e europeus da comunicação. O paradigma “midiológico”. A pesquisa de comunicação de base semiótica peirceana.

### **SISTEMAS BRASILEIROS DE COMUNICAÇÃO**

Meios de Comunicação: Público, Estatal e Privado. Política de Comunicação no Brasil. Política Pública de Comunicação. Controle Social.

## 3º SEMESTRE

### **CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Processo criativo. Criatividade e inovação aplicadas à publicidade. Estímulos e bloqueios criativos. Briefing.

### **COMUNICAÇÃO DE MARKETING EM MEIOS DIGITAIS**

Marketing e mídias digitais; Marcas e consumo digital; Planejamento de marketing digital; Redes sociais digitais.

### **COMPUTAÇÃO GRÁFICA**

Introdução à computação gráfica. Criação vetorial e diagramação editorial. Criação e manipulação de imagem. Introdução à edição audiovisual.

### **COMUNICAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**

Responsabilidade social, ética e sustentabilidade. Produção, metodologia e pesquisa científica. Comunicação na era digital. Tecnologia e ciência.

### **PROJETO DE EXTENSÃO I – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Programa de contexto à comunidade. A realização das atividades extensionistas do curso de Publicidade e Propaganda, vinculada ao programa de contexto à comunidade, pode representar a oportunidade para estreitar o relacionamento do saber universitário com a comunidade, por meio das contribuições na resolução de problemas sociais presentes no contexto e, por outro lado, possibilitar o desenvolvimento de competências e soft skills específicas no alunado do curso. As ações poderão ser realizadas em diversos locais, dependendo do problema identificado, sendo algumas possibilidades: associação de bairro, prefeitura, ong, igreja, escola, micro e pequena empresa, estação de rádio e de tv, agência de publicidade.

## 4º SEMESTRE

### **CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO**

A linguagem radiofônica. Gêneros publicitários no rádio. Técnicas de criação e redação publicitária para Rádio. Produção, gravação e edição de anúncios publicitários radiofônicos.

### **FOTOGRAFIA APLICADA À PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Fotografia publicitária. Iluminação e produção de fotografia publicitária. Lentes e filtros para fotografia publicitária. Noções básicas de fotografia publicitária.

### **PRODUÇÃO GRÁFICA**

Principais aspectos envolvidos no processo de criação e produção de peças gráficas; noções acerca do contexto do mercado gráfico, de alguns elementos fundamentais à comunicação visual, dos tipos de acabamentos e dos diferentes sistemas de impressão.

### **NOVAS TECNOLOGIAS APLICADAS À COMUNICAÇÃO**

Novas tecnologias em comunicação; Interfaces e interações - novas tecnologias; Atitude e comportamento de consumo e Mídias sociais.

### **GESTÃO MERCADOLÓGICA NA ERA DIGITAL**

Análise ambiental e de mercado. Gestão de produto, serviços, marcas e canais de vendas. Gerenciamento de preços. Gerenciamento da comunicação e promoção.

## 5º SEMESTRE

### **GESTÃO DE PROJETOS E EVENTOS**

A gestão de projetos e a área de eventos. Começando o Projeto de um evento. A gestão de um evento. Práticas de gestão de eventos.

### **MARKETING ESTRATÉGICO**

Sistema de informação gerencial; Estratégias de Marketing; Estratégias Promocionais; Simulação Estratégica em Marketing.

### **PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO**

Introdução à psicologia da comunicação. Abordagens teóricas na comunicação. Aquisição e desenvolvimento da comunicação. Representações sociais da comunicação.

### **PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Tipos de pesquisa mercadológica. Métodos de coleta de dados em pesquisa. Etapas do processo de pesquisa. Influências psicológicas no consumo. Aprendizagem do consumidor. Envolvimento do consumidor com a compra. Comportamento de compra on-line. Processo de decisão de compra.

### **PROJETO DE EXTENSÃO II – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Programa de ação e difusão cultural. A extensão universitária do curso de publicidade e propaganda, vinculada ao programa de ação e difusão cultural, representa um meio pelo qual é oportunizado o desenvolvimento de atividades relacionadas às demandas culturais contextuais, ao passo que o corpo discente do curso busca oferecer soluções ao mesmo tempo em que desenvolve competências e soft skills específicas. As ações podem ser realizadas junto a diversos locais, dentre eles: igreja, escola, prefeitura, agência de publicidade, teatro.

## **6º SEMESTRE**

### **BRANDED CONTENT**

Introdução ao universo do content. Conteúdo: possibilidades que a comunicação oferece e como utilizá-la corretamente. Construindo e re(construindo) a marca. Avançando no branded content.

### **REDAÇÃO PUBLICITÁRIA GERAL**

Componentes da linguagem publicitária; técnicas de argumentação; gêneros textuais no audiovisual; redação publicitária para a internet.

### **GESTÃO E PLANEJAMENTO DE MÍDIA**

Planejamento de mídia. Cobertura. Frequência. Mídia Impressa. Rádio e Televisão. Mídia Externa. Meios Digitais.

### **DESIGN THINKING E INOVAÇÃO DOS MODELOS DE NEGÓCIOS**

Design Thinking: Métodos e Ferramentas; Criatividade Como Processo De Aprendizado e De Gerenciamento; Criatividade Baseada em Problemas e Gestão Das Incertezas; Design Thinking Para a Inovação Dos Negócios.

### **CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA PARA TV E CINEMA**

Características e processos da criação publicitária; mídias tradicionais e mídias alternativas; a publicidade no meio audiovisual; a publicidade no meio digital.

## 7º SEMESTRE

### **COMUNICAÇÃO INTEGRADA ORGANIZACIONAL**

Comunicação integrada empresarial; Comunicação nas organizações; Comunicação administrativa, interna e institucional; Comunicação mercadológica.

### **PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA PARA TV E CINEMA**

Estrutura de produção. Pré-produção publicitária. Produção publicitária. Pós-produção publicitária.

### **GESTÃO DE INDICADORES**

Indicadores de desempenho; Mensuradores de desempenho; Metas e interpretação de resultados de indicadores; Gestão dos resultados dos indicadores.

### **PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA**

Análise ambiental em Estratégias Publicitárias. Administração estratégica e publicidade. Planejamento para Administração Estratégica para Publicidade. Análise ambiental em estratégias publicitárias.

### **PROPAGANDA POLÍTICA**

Propaganda política. O eleitor. A campanha eleitoral. Administração da campanha política.

## 8º SEMESTRE

### **ILUSTRAÇÃO DIGITAL**

Composição infográfica e iconográfica; técnicas de ilustração e colorização digital; criação de estampas e brindes; conceitos princípios e softwares para produção de fine art.

### **GERENCIAMENTO DE MARCAS**

Fundamento de marcas; Elementos e estratégias das marcas; Conceituação, construção e avaliação das marcas; Novas perspectivas do branding.

### **DIREÇÃO DE ARTE**

Introdução: direção de arte e briefing. Construção de conceito e valor. Direção de arte em mídias convencionais. Direção de arte em multimídia e transmídia.

### **TRADE MARKETING**

Trade Marketing e Ponto de Venda. Planejamento e execução de programas de relacionamento no trade marketing. Trade marketing sensorial – comunicação e merchandising. O futuro do trade marketing.

### **TRANSMÍDIA E STORYTELLING NA COMUNICAÇÃO**

Textos e contexto. Texto e narrativa. Percurso e conexões narrativas. Transmediação e storytelling.

### **PROJETO DE EXTENSÃO III – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Programa de inovação e empreendedorismo. Por meio da realização de atividades extensionistas do curso de publicidade e propaganda, orientadas pelo programa de inovação e empreendedorismo, pode representar uma oportunidade de oferta de contribuições à solução de problemas diversificados, presentes no contexto social, e ao desenvolvimento local ou regional, sendo que a inovação e o empreendedorismo podem oferecer importante impactos econômico e produtivo e, dessa forma, podendo originar novo saber e o desenvolvimento de competências e soft skills específica. As ações poderão ser realizadas em locais diversos, como: micro e pequena empresa, estabelecimento de microempreendedor (mei), associação de bairro, escola, associação comercial.

*Coordenação do Curso.*