



**Centro Universitário Una
de Contagem**



Projeto Pedagógico de Curso

**Publicidade e
Propaganda**



Sumário

Histórico da Instituição

Identificação do Curso

Perfil do Curso

Formas de Acesso

Objetivos do Curso

Perfil do Egresso

Estrutura Curricular

Inovações Pedagógicas do Currículo

Extensão Universitária

Compatibilidade de Carga Horária

Conteúdos Curriculares

Matriz Curricular

Ementário e Bibliografias

Metodologias de Ensino e Aprendizagem

Estágio Supervisionado

Atividades Complementares

Trabalho de Conclusão de Curso

CrITÉrios de Avaliação Discente

Avaliação Institucional e de Curso

Corpo Docente

Atores Pedagógicos

Infraestrutura

Biblioteca Universitária

Histórico da Instituição

O Centro Universitário UNA de Contagem (cod. MEC - 4766), com sede na cidade de Contagem/MG, é uma instituição de ensino superior, mantida pela Brasil Educação S.A. A Brasil Educação S.A. foi fundada em 2003, visando fomentar o processo de credenciamento de uma instituição de ensino superior junto ao MEC. A Brasil Educação S.A. integra, desde sua fundação a Ânima Educação, cuja presença física alcança 12 estados do Brasil, nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste, sendo considerada uma das maiores organizações de educação superior privada do país, listada no Novo Mercado.

A Brasil Educação S/A, Pessoa Jurídica de Direito Privado com Fins Lucrativos - Sociedade Anônima, sob CNPJ nº 05.648.257/0001-78, com sede e foro na cidade de Belo Horizonte, conforme Estatuto Social consolidado e registrado na NIRE do estado de Minas Gerais sob o nº 31300093166, registro 6343145, em 24 de outubro de 2017, mantém de várias instituições de ensino superior no estado de Minas Gerais. A Brasil Educação foi criada em 08/05/2003 como Santa Antonieta Participações Ltda com o CNPJ: 05.648.257/0001-78, em 2008 passou por alteração da Denominação Social, passando a se chamar Minas Gerais Educação Ltda. Em 2009 passou por alteração do Tipo Societário e em 2018 houve uma nova alteração da Denominação Social, passando a se chamar BRASIL EDUCAÇÃO S.A.

A instituição que hoje é reconhecida como Centro Universitário UNA de Contagem, tem origem através da Faculdade UNA de Contagem, credenciada em 2007, por meio da Portaria nº 907 de 13/09/2007, publicada no DOU de 14/09/2007, iniciando suas atividades com cursos da área de Gestão (Ciências Contábeis, Logística, Gestão Financeira, Gestão de Recursos Humanos e Processos Gerenciais). A Instituição iniciou suas atividades à Avenida João César de Oliveira, 5.775, bairro Beatriz, na cidade de Contagem, com instalações apropriadas para o funcionamento de uma Instituição de Ensino Superior.

Em 2008, visando ampliar seu portfólio de cursos, foi solicitada a autorização para abertura de cursos em novas áreas de atuação, (Administração, Direito, Gestão da Produção Industrial e Gestão Ambiental), que passaram por visita de autorização, tendo estes cursos sido autorizados nos anos de 2010 (Gestão da Produção Industrial e Gestão Ambiental) e 2011(Administração e Direito).

Em 2011, por meio do protocolo 201111148, foi iniciado o processo de credenciamento da IES, processo este finalizado com a publicação da Portaria Nº 1017, de 05 de dezembro de 2014, D.O.U. Nº 237, de 08/12/2014, seção 1, pág. 9, que estipulou o credenciamento com validade de 3 anos.

Em 2017, por meio do protocolo 201711003, foi iniciado um novo processo de credenciamento da IES, processo este finalizado com a publicação da Portaria Nº 269, de 13 de fevereiro de 2020, D.O.U. Nº 33, de 17/02/2020, seção 1, pág. 22. Por meio deste mesmo processo, deu-se o Credenciamento da IES como Centro Universitário, passando assim a Faculdade UNA de Contagem a se chamar Centro Universitário UNA de Contagem. Em 2020, foi registrado no sistema E-MEC sob nº 202025702 em 26/11/2020 o processo de Aditamento - Transferência de Manutenção, através do qual a Sociedade de Educação Superior e Cultura Brasil S.A., CNPJ nº 84.684.182/0001-57, sede a manutenção da instituição para a Brasil Educação S/A., CNPJ nº 05.648.257/0001-78, NIRE 3130009316-6, instituição com sede na cidade de Belo Horizonte, estado de Minas Gerais, processo finalizado em 1102/2021.

Por conta de uma reestruturação executada pela prefeitura em relação ao zoneamento da cidade, a instituição passa em 2022 a considerar a Av. Maria da Glória Rocha, nº 175, lote 01 Letra B, bairro Bitacula como seu endereço sede, apesar de não haver mudança física de endereço, esta alteração está sendo formalizada ao MEC, para regulação cadastral.

Nesse sentido, a experiência acumulada no segmento de educação superior e o desejo de promover a transformação do país por meio do acesso à educação orientou-nos para a abertura de uma de nossas faculdades em Contagem/MG, cidade cuja natureza empreendedora coaduna-se com o jeito de ser de nossa Instituição.

Identificação do Curso

Curso: Publicidade e Propaganda

Grau: Bacharelado

Modalidade: Presencial

Duração do curso: 8 semestres

Prazo máximo para integralização do currículo: 13 semestres

Carga horária: 3000 hora-relógio

Perfil do curso

Justificativa de Oferta

A construção dos projetos pedagógicos dos cursos do Centro Universitário Una de Contagem, se dá em consonância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e o Projeto Pedagógico Institucional (PPI). Os Projetos Pedagógico dos Cursos (PPC) permitem e geram autoconhecimento, uma vez que se baseiam no acompanhamento da trajetória histórica, das especificidades e evolução dos cursos.

O Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda foi construído de forma coletiva, conforme o Parecer CNE/CES Nº 492/2001, que trata de diversos processos acerca das DCN dos cursos, dentre outros, da Comunicação Social e a partir de um rico e amplo debate nos órgãos colegiados da IES, junto aos educadores, estudantes e representantes da mantenedora, bem como por meio de diagnósticos periódicos das necessidades da comunidade local. Por meio dessas avaliações foi possível levar em consideração os interesses e as demandas da sociedade e do mundo do trabalho, especialmente no contexto social e regional em que se insere o curso, considerando o desenvolvimento de melhores práticas acadêmicas.

O Curso de Publicidade e Propaganda está inserido em um cenário global, com fortes impactos regionais, em que a comunicação de larga escala ganha cada vez mais importância. Em uma era classificada como “de pleno acesso à informação”, marcada pela instantaneidade e pela fluidez, cada vez mais a sociedade se organiza com base nas informações a que tem acesso. A complexidade de relações, causas e efeitos da realidade, está apoiada não mais em uma visão particular e isolada, mas na noção do coletivo, grupo social ou segmento do qual as pessoas participam, compartilham e no qual se interrelacionam.

Em diálogo com essa realidade e para atender a uma demanda regional, o Curso apoia-se no universo da Economia Criativa, conceito desenvolvido inicialmente entre o final dos anos 1980 e início dos anos 2000, na Austrália e na Inglaterra, e que ganhou dimensão global a partir da primeira década do século XX. A Economia Criativa abrange todas as atividades que geram desenvolvimento a partir da criação, cujos insumos principais são a criatividade, a inovação e a inteligência coletiva, aplicadas em áreas como publicidade, complexos multimidiáticos, audiovisual, design, mídias (impressas, eletrônicas e digitais), comunicação em tecnologia móvel, artes visuais, eventos, entre outros.

A Economia Criativa é o setor que mais cresceu entre os diversos setores econômicos em todo o mundo entre os anos 1990 e 2010. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em seu conjunto chegou a movimentar cerca de 4% do PIB brasileiro. Sua capacidade de gerar renda e trabalho é uma de suas singularidades operativas, ao

abrançar atividades criativas cujo ciclo produtivo incorpora economia, tecnologia, conexões e criatividade, em suas dimensões econômicas, políticas, sociais e culturais.

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) estuda o fenômeno da Economia Criativa há cerca de 30 anos. Segundo o organismo da ONU, além de ser o setor que mais cresceu entre os diversos setores da economia, ela oferece oportunidade de desenvolvimento para as economias emergentes – caso do Brasil – e que, no contexto da globalização, conseguem colocar seus produtos e serviços comunicacionais à disposição do mercado, com a geração de renda, articulação dos atores locais, respeito à diversidade e a identidade, criatividade e inovação.

No universo da Publicidade e Propaganda, a Economia Criativa lança raízes e multiplica suas potencialidades e possibilidades, tanto para a formação de profissionais quanto nas formas de organização de novos modelos de negócio, com a articulação em rede, o desenvolvimento de projetos de produção e difusão colaborativos, o fortalecimento da economia regional, a utilização das plataformas de redes sociais, e o desenvolvimento de projetos inovadores para suas cadeias produtivas e criativas.

Esse cenário justifica e fortalece o Curso de Publicidade e Propaganda, inserido na complexidade da cultura do consumo e uma sociedade influenciada permanentemente pelo poder das mensagens publicitárias, veiculadas por produtos e meios de comunicação de massa em plataformas impressas, eletrônicas e digitais, pelas mídias sociais e redes sociais. São características dessa realidade a realidade socioeconômica brasileira verificada nos últimos anos e que, mesmo em momentos de crise econômica, não inibe o decorrente maior acesso a bens e serviços culturais e comunicacionais; as demandas globais, nacionais e regionais por serviços e produtos de comunicação; o vertiginoso crescimento das tecnologias da informação e da comunicação multimídia; a necessidade de profissionais capazes de trabalhar de forma integrada no ciclo produtivo da publicidade e propaganda

Análise dos quadros de investimentos em publicidade nos últimos anos tem apontado insistentemente para uma significativa mudança na forma de pensar e produzir em publicidade. De acordo com Francisco Gracioso (2012), as verbas publicitárias correspondem a mais da metade dos gastos totais de comunicação e marketing. Mídias emergentes, novas mídias e a aposta na diversificação das estratégias e ações de comunicação passaram a atrair os investimentos na área. Moda, esporte, cultura, grandes feiras e exposições, marketing promocional, marketing de relacionamento e de experiência, comunicação dirigida e o próprio varejo ora concorrem entre si, ora complementam-se, balizados pelo conceito de comunicação integrada, em que é fundamental o trabalho do profissional de Publicidade e Propaganda.

Além disso, verifica-se que agências, veículos, produtoras e departamentos de comunicação de empresas e instituições demandam profissionais com capacidade analítica e de planejamento de cenários e gestores dos processos de comunicação mercadológica e institucional, com sensibilidade para as mudanças em andamento.

Estes novos cenários também propiciam a ampliação de oportunidades de emprego. Com a grande segmentação e especialização dos setores, o mercado acaba por estender suas possibilidades de emprego a outros campos não convencionais, o que permite ao publicitário transitar e atuar em outras áreas em ascensão, tais como: portais regionais de internet, agências de pequeno e médio porte, agências de criação, departamentos de marketing de empresas e, principalmente, nas áreas em que o desenvolvimento de campanhas, criação e difusão publicitária e a prestação de serviços comunicacionais se tornam essenciais.

Mediante os diversos formatos de difusão de informação e produção de conteúdo, a evolução dos meios permite maior empregabilidade e construção de carreiras também segmentadas. A era tecno informacional – que possibilita ao consumidor escolher o que comprar, criar o produto mediante pesquisa ou mesmo participar da produção de informação –, justifica as grandes transformações pelas quais a publicidade tem passado, abrindo outras plataformas e possibilidades de emprego em produção de campanhas que façam uso das mídias emergentes (eventos, varejo, moda, embalagens, jogos de realidade alternativa), das mídias digitais (celulares, blogs, comunidades virtuais, games colaborativos, ambientes de realidade virtual) e dos novos recursos na produção impressa (texturas, formatos, aplicação de odores).

Para atender à demanda, são fundamentais profissionais publicitários com forte percepção da realidade, com repertórios, linguagens, processos e técnicas específicas, que consigam analisar e operacionalizar o papel do consumo na sociedade, as possibilidades de produção e divulgação de conteúdo, o processamento de dados e informações e os modelos de mídia, tradicionais e alternativos. Há de se levar em conta também o impacto causado pela mensagem publicitária no cotidiano de grande parte da população, já que produtos e serviços com conteúdo publicitário têm o poder de afetar o conhecimento, comportamento, conduta e opiniões, seja por meio de mídias editoriais, promocionais, de propaganda e de imagem corporativa.

É preciso lembrar que as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas Habilitações homologadas pelo parecer CNE/CES 492/2001, estabelecem quatro linhas de conteúdos básicos para as habilitações e duas linhas de conteúdos específicos para Publicidade e Propaganda, a saber:

1. Conteúdos básicos: Conhecimentos teóricos-conceituais; Conhecimentos analíticos e informativos sobre a atualidade; Conhecimentos de linguagens técnicas e tecnologias midiáticas; Conhecimentos éticos-políticos.
2. Conteúdos Específicos: Reflexões e práticas no campo geral da Comunicação; Reflexões e práticas da Publicidade e Propaganda.

Essa concepção se transformou com os anos. Enquanto em um passado não muito remoto se buscavam fórmulas e parâmetros ideais de ação do publicitário, hoje procura-se predominantemente envolver indivíduos com experiências diferenciadas e inesperadas proporcionadas pelos contatos com os produtos e marcas. O que era um terreno facilmente

identificado, tanto por suas formas como pelas abordagens, fica mais diversificado e relacionado a outras áreas da Comunicação.

O curso se firma no tripé do desenvolvimento do século XXI, cujos pilares são: a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica (entendida a partir do conceito de Lester R. Brown, adotado pela Organização das Nações Unidas, de "satisfação de necessidades aliada ao comprometimento com as necessidades das futuras gerações"), a inovação que tem por base os recursos intangíveis abundantes e renováveis, e a criatividade. Esses mesmos elementos foram eleitos pelo BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento como os aspectos mais importantes do fomento econômico no contexto atual.

Esses dados justificam a oferta do Curso, aliados à necessidade de publicitários frente às demandas advindas do setor produtivo e da sociedade local e brasileira. Projeta-se o curso inserido nas complexidades local e, em decorrência, regional e nacional.

Na IES, o Curso de Publicidade e Propaganda visará romper com o senso comum que considera a tecnicidade e a submissão da profissão ao mercado. O Curso vai além ao propor não a formação de um operador de comunicação, mas de um profissional cuja principal função é ser mecanismo de análise de contextos e definidor estratégico de uma campanha/conteúdo. Neste aspecto, considera-se que a Publicidade e Propaganda são fundamentalmente teoria a ser operacionalizada, desenvolvida de maneira integrada às demais áreas da comunicação, em espaços integrados de planejamento estratégico, criação, produção, programação, distribuição, gestão e mensuração de resultados da comunicação publicitária e institucional e sua integração por meio de ações estratégicas de comunicação e marketing.

No âmbito profissional, a demanda por egressos do curso amplia-se em razão das mudanças estruturais no mercado da comunicação, impulsionadas pela digitalização dos negócios, pela comunicação orientada por plataformas, pela economia da atenção, pelo marketing de performance, pelo marketing de influência, pelo branded content, pelo comércio eletrônico, pelas estratégias omnichannel, pela inteligência artificial aplicada à comunicação e pela crescente valorização da experiência do usuário e do relacionamento entre marcas e públicos. O profissional de Publicidade e Propaganda contemporâneo deve apresentar competências relacionadas à criação, planejamento, mídia, pesquisa, branding, produção audiovisual, gestão de conteúdo, análise de dados, storytelling, inovação e gestão estratégica da comunicação.

Nesse contexto, o curso diferencia-se por propor uma formação contemporânea, integrada e alinhada às transformações do mercado comunicacional, contemplando tendências emergentes, competências digitais e experiências formativas orientadas à inovação. Entre seus diferenciais institucionais e acadêmicos destacam-se:

- Formação integrada entre fundamentos humanísticos, pensamento crítico e competências técnico-profissionais, em consonância com as DCNs da área de Comunicação;
- Ênfase em cultura digital, mídias emergentes, comunicação multiplataforma e estratégias

orientadas por dados, preparando o estudante para os desafios da comunicação contemporânea;

- Integração entre criatividade, planejamento, análise de mercado, branding, experiência do consumidor e inteligência comunicacional;
- Desenvolvimento de competências relacionadas à inovação, empreendedorismo, gestão de projetos e economia criativa;
- Experiências práticas articuladas a projetos integradores, laboratórios, produção experimental, extensão universitária e aproximação com contextos reais de atuação profissional;
- Formação voltada à ética, responsabilidade social, diversidade, sustentabilidade e acessibilidade comunicacional;
- Preparação para atuação em múltiplos campos profissionais, incluindo agências, empresas, startups, consultorias, produtoras, organizações públicas, terceiro setor, negócios digitais e empreendimentos autorais.

Deve-se salientar que a profissão, na contemporaneidade, assim como as demais áreas da comunicação social, passa por grandes transformações face à era digital e às novas exigências da sociedade nos contextos econômico, político, tecnológico etc. Grandes são os desafios a serem enfrentados pelos atores sociais envolvidos em uma sociedade complexa em que as condições adversas e os cenários de turbulência passam a ser uma constante na vida das pessoas, com a avalanche de informações hoje disponíveis, incluindo o controverso fenômeno da disseminação de notícias falsas (fake news).

Assim, a oferta do Curso de Publicidade e Propaganda apresenta relevância acadêmica, social, econômica e profissional, respondendo às necessidades de formação de profissionais qualificados para compreender criticamente a realidade comunicacional, intervir criativamente nos processos de comunicação e contribuir para o desenvolvimento das organizações, dos mercados, das instituições e da sociedade.

O Curso de Publicidade e Propaganda da Centro Universitário Una de Contagem está estruturado em torno deste ambiente, com a função da necessidade de suprir a demanda por profissionais para este mercado de trabalho em franca transformação no contexto da cultura da convergência. Leva-se em consideração a configuração de um mercado plural, competitivo e exigente, cada vez mais voltado aos modelos de negócios digitais e à geração e circulação de conteúdo multimídia. Alia-se a isso a necessidade de profissionais que atuem em equipes multidisciplinares, detentores de profundo conhecimento teórico e analítico e com dinamismo para adaptar-se aos meios e extrair destes seu melhor.

Essas transformações não dialogam com um modelo de ensino-aprendizagem tradicional e hierárquico. Indica-se assim a necessidade de um projeto pedagógico que contemple a necessidade de sólida formação teórica, transversal e universal com a experiência prática, preocupado não só com o ensino-aprendizagem, mas também com atitudes, valores e comportamentos.

Formas de Acesso

Essas diretrizes serão comunicadas aos ingressantes pelo site institucional ou por comunicação direta.

1. Como posso ingressar em um curso superior na instituição?

Você pode ingressar de várias formas: sendo aprovado no vestibular, na seleção do Prouni ou usando a nota do Enem.

2. Quem pode se inscrever nos cursos superiores?

Os cursos são destinados a alunos que possuem, no mínimo, o diploma de ensino médio.

3. O que é o Edital do Vestibular?

É um documento que regulamenta o número de vagas, datas e locais das provas, valor da taxa de inscrição, período e local de divulgação dos aprovados, além dos requisitos para matrícula.

4. Existe uma forma flexível de fazer o vestibular?

Sim, você pode participar do Vestibular Simplificado enviando uma carta de apresentação, que será avaliada para sua aprovação no curso e modalidade desejada.

5. Como é o processo seletivo?

O processo seletivo inclui uma prova de redação e/ou uma prova objetiva de conhecimentos gerais com questões de múltipla escolha nas áreas de Ciências da Natureza, Ciências Humanas, Matemática e Linguagens.

6. O que é avaliado na prova de redação?

A prova avalia habilidades de produção de texto, adequação ao tema e ao vocabulário, coerência textual, objetividade, pertinência argumentativa, raciocínio lógico, coesão, paragrafação, estruturação de frases, morfossintaxe,

acentuação, ortografia e pontuação.

7. Posso obter um novo título se já tiver um diploma de graduação?

Sim, se houver vagas remanescentes, a instituição pode aceitar a matrícula de portadores de diploma de graduação para a obtenção de um novo título, mediante processo seletivo específico.

8. Como funciona a matrícula por transferência?

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional permite a transferência de alunos entre instituições para cursos afins, desde que haja vagas e processo seletivo. A instituição pode aceitar transferências para o mesmo curso ou curso similar, com adaptações curriculares necessárias.

Objetivos do Curso

Objetivo Geral

O curso de Publicidade e Propaganda tem por objetivo geral oferecer a formação superior baseada no desenvolvimento integrado de conhecimentos, competências, habilidades e atitudes, aplicados na reflexão, concepção, planejamento, difusão e mensuração de resultados de ações e campanhas publicitárias e seus reflexos na sociedade.

Objetivos Específicos

Além do objetivo geral acima descrito, o curso conta com os seguintes objetivos específicos que compreendem competências e especializações definidas pelo Núcleo Docente Estruturante para cada uma das unidades curriculares que compõem a matriz, em alinhamento as normativas do curso, contexto educacional e características regionais, considerando novas práticas emergentes no campo do conhecimento do curso. Esse conjunto de objetivos envolve:

- Formar profissionais de Publicidade e Propaganda com competência teórica, técnica e ética, que por meio do embasamento conceitual e da ação prática laboratorial, reconheçam que a publicidade é fundamentalmente um serviço público, portanto baseado na ética e na coerência, e que deve estar acessível a toda a sociedade.
- Contribuir para a formação de publicitários que por meio de uma postura criativa, reflexiva, responsável e ética, seja capaz de identificar e propor soluções que atendam a objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos.
- Fomentar a compreensão do universo econômico-profissional, social e cultural em que o publicitário em formação está inserido, utilizando suas potencialidades de mediadores da mensagem
- Atender à crescente demanda por profissionais que atuem de forma integrada na área de Comunicação, com conhecimento e habilidade na pesquisa, análise de dados, planejamento, concepção criativa, produção e gestão de diferentes linguagens e das ferramentas e veículos para a expressão visual e audiovisual.
- Contribuir com os processos de entendimento e ação na região, no país e no mundo, a

partir da perspectiva da inovação, criatividade e difusão da informação, articulando a comunidade por meio das atividades de investigação e extensão na realidade.

- Articular a perspectiva do conhecimento sólido, capacidade de reflexão e interpretação da realidade, inovação e criatividade adquiridos no ensino às atividades de pesquisa, investigação e extensão;

- Proporcionar uma formação interdisciplinar pautada na prática do diálogo e de uma busca incessante pelo conhecimento, caracterizado pela ousadia da busca, da pesquisa e pela transformação da insegurança no exercício de pensar, experimentar e construir.

Os objetivos supracitados estão diretamente relacionados às competências do perfil do egresso do curso, descrito na seção a seguir, expressas a partir do que é requerido nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs).

Perfil do Egresso

Por perfil e competência profissional do egresso, entende-se:

Uma competência caracteriza-se por selecionar, organizar e mobilizar, na ação, diferentes recursos (como conhecimentos, saberes, processos cognitivos, afetos, habilidades, posturas) para o enfrentamento de uma situação-problema específica. Uma competência se desenvolverá na possibilidade de ampliação, integração e complementação desses recursos, considerando sua transversalidade em diferentes situações (BRASIL Inep, 2019, p. 33).

O perfil profissional do egresso é fruto das competências e habilidades expressas nas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso e atende as necessidades locais e regionais, considera novas práticas emergentes no campo do conhecimento do curso e as novas demandas apresentadas pelo mundo do trabalho.

Em sintonia com o parecer CNE/CES 492/2001 e as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Comunicação, o egresso do curso de Publicidade e Propaganda tem em seu perfil a combinação, inerente à formação necessária para sua atuação no mercado e na sociedade, de competências, habilidades, atitudes e técnicas que permitem o planejamento, a gestão e a execução de soluções de comunicação publicitárias eficazes para todos os objetivos e ambientes em que atua.

Essa concepção se alinha diretamente ao que preconizam as Diretrizes Curriculares Nacionais, ao elencar as competências específicas da profissão de Publicidade e Propaganda conforme listadas abaixo.

- Ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;
- Realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de argumentos etc;
- Definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;
- Conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
- Executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- Realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias;
- Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;

Consulte aqui a DCN
específica do Curso

- Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o merchandising e o marketing direto;
- Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
- Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.

E ainda de acordo com as DCN, o perfil do egresso em Publicidade e Propaganda se caracteriza:

1. Pelo conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
2. Pela tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
3. Pelo 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 embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação.

Para isso, em discussão com NDE e Colegiado, entende-se que o profissional formado em Publicidade e Propaganda deverá ser caracterizado pelo seguinte perfil do egresso:

Atuação ética e responsável: Reconhecer a publicidade como prática sociocultural que impacta o imaginário coletivo, desenvolvendo ações comunicacionais pautadas na ética, trabalho colaborativo, nos direitos humanos, na inclusão e na sustentabilidade.

Criatividade e domínio da dimensão estética: Dominar as linguagens visuais, sonoras, textuais e audiovisuais para compor peças publicitárias relevantes, inovadoras e adequadas aos contextos culturais.

Estratégias comunicacionais integradas: Identificar oportunidades e propor soluções comunicacionais alinhadas a objetivos institucionais e mercadológicos, articulando estratégias on-line e off-line de forma integrada.

Produção de conteúdos e narrativas multiplataforma: Criar, adaptar e distribuir conteúdos coerentes em diferentes mídias e plataformas, utilizando o conceito de storytelling, performance, linguagem transmídia e interação com públicos diversos.

Análise crítica: Compreender os fenômenos comunicacionais à luz de teorias da comunicação e do comportamento do consumidor, avaliando criticamente as práticas publicitárias e seus efeitos simbólicos e sociais.

Redação publicitária e construção textual estratégica: Desenvolver conteúdos escritos criativos, objetivos e adaptados aos diversos públicos, plataformas e objetivos de campanha, com domínio técnico e argumentativo.

Gestão de projetos: Aplicar metodologias de pesquisa, análise de dados e produção para criação de projetos que respondam a demandas do mercado e da sociedade, integrando teoria, prática e inovação.

Aprendizagem contínua e adaptação: Aprender de forma contínua frente às mudanças no comportamento do consumidor e nas lógicas das mídias e das tecnologias emergentes.

Estratégias de comunicação e posicionamento de marca: Desenvolver ações orientadas para resultados, construindo valor simbólico e identidade para marcas em contextos diversos, dentro do escopo de comunicação integrada de marketing.

Eventos e experiência de marca: Compreender os processos de ativação, ambientação e interação com o consumidor, articulando criatividade, planejamento e objetivos de comunicação institucional ou promocional.

Prestação de serviços e/ou na assessoria em comunicação: Realizar diagnósticos comunicacionais, identificar problemas e oportunidades, orientar processos decisórios e propor soluções criativas e éticas, considerando o posicionamento institucional, os objetivos de negócio e os contextos socioculturais em que as marcas se inserem.

Estrutura Curricular

A estrutura curricular do curso está alinhada ao PPI da IES, que orienta a formação de estudantes críticos e reflexivos, aptos a atuar em contextos complexos. O currículo é integrado, baseado no desenvolvimento de competências, considerando os contextos local, nacional e internacional.

Essa articulação se concretiza por meio de:



A adoção do currículo integrado visa superar a fragmentação do saber, promovendo visão sistêmica, interdisciplinaridade e conexão com o mundo do trabalho. Essa abordagem fortalece competências técnicas e socioemocionais, qualificando a formação profissional e incentivando uma atuação ética, colaborativa e sensível às demandas contemporâneas.

A estrutura curricular é organizada por Unidades Curriculares (UCs), que integram conhecimentos, habilidades e atitudes essenciais à formação profissional. Cada UC possui foco temático definido e promove aprendizagens significativas por meio da articulação entre teoria e prática.



As UCs rompem com a linearidade tradicional, permitindo percursos personalizados e flexíveis. Embora existam **UCs Predecessoras** para garantir uma base sólida de conhecimento, a progressão pode ocorrer mesmo sem aprovação, desde que cursadas. As UCs são organizadas por níveis de competência, com possibilidade de cursar UCs de diferentes níveis simultaneamente, respeitando as exigências de progressão.

Unidade Curricular, ou um conjunto delas, que são ofertadas para a aprendizagem de conhecimento base e possibilitam a transição de nível, pois possuem uma conexão direta e finalística com a unidade curricular posterior.

Cada UC é composta por oito Unidades de Aprendizagem (UAs), sendo seis voltadas ao desenvolvimento técnico e duas imersivas: uma com temáticas transversais (ética, cidadania, sustentabilidade etc.) e outra dedicada à Trilha A3, com foco em pesquisa, projeto e autoria estudantil. A distribuição das UAs dentro de cada UC obedece à seguinte lógica:



As Unidades Curriculares (UC) do curso têm carga horária total de 160 horas, das quais 120 são distribuídas em seis Unidades de Aprendizagem (UA), focadas nos conteúdos específicos definidos no plano de ensino, cuja modalidade varia conforme a UC. Às 40 horas restantes correspondem a duas Unidades de Aprendizagem Imersivas (UAI), com 20 horas cada e totalmente assíncrona.

As Unidades de Aprendizagem Imersivas (UAI) integram a estrutura curricular com a finalidade de promover experiências de aprendizagem mais profundas, conectadas aos desafios reais do mundo contemporâneo. Com duração de 20 horas cada, as UAIs são concebidas com base em uma abordagem que articula seis pilares fundamentais da prática pedagógica no ensino superior: o papel do educador, o papel do estudante, os objetivos de aprendizagem, a metodologia de ensino, o ambiente de aprendizagem e o desenvolvimento de competências. Ela busca conectar os estudantes aos desafios contemporâneos e à realidade social e profissional, pois está articulada com a Avaliação A3, temas transversais ou temas obrigatórios da UC. As atividades são disponibilizadas e acompanhadas por meio do ambiente virtual ULife, que oferece suporte à aprendizagem flexível e autônoma.

As UCs podem ser ofertadas nas modalidades presencial, digital ou híbrida, com uso de metodologias ativas, ambientes diversos e tecnologias educacionais. A condução é feita por pelo menos dois docentes, garantindo integração e diversidade de abordagens.



As UCs se organizam em três eixos formativos:

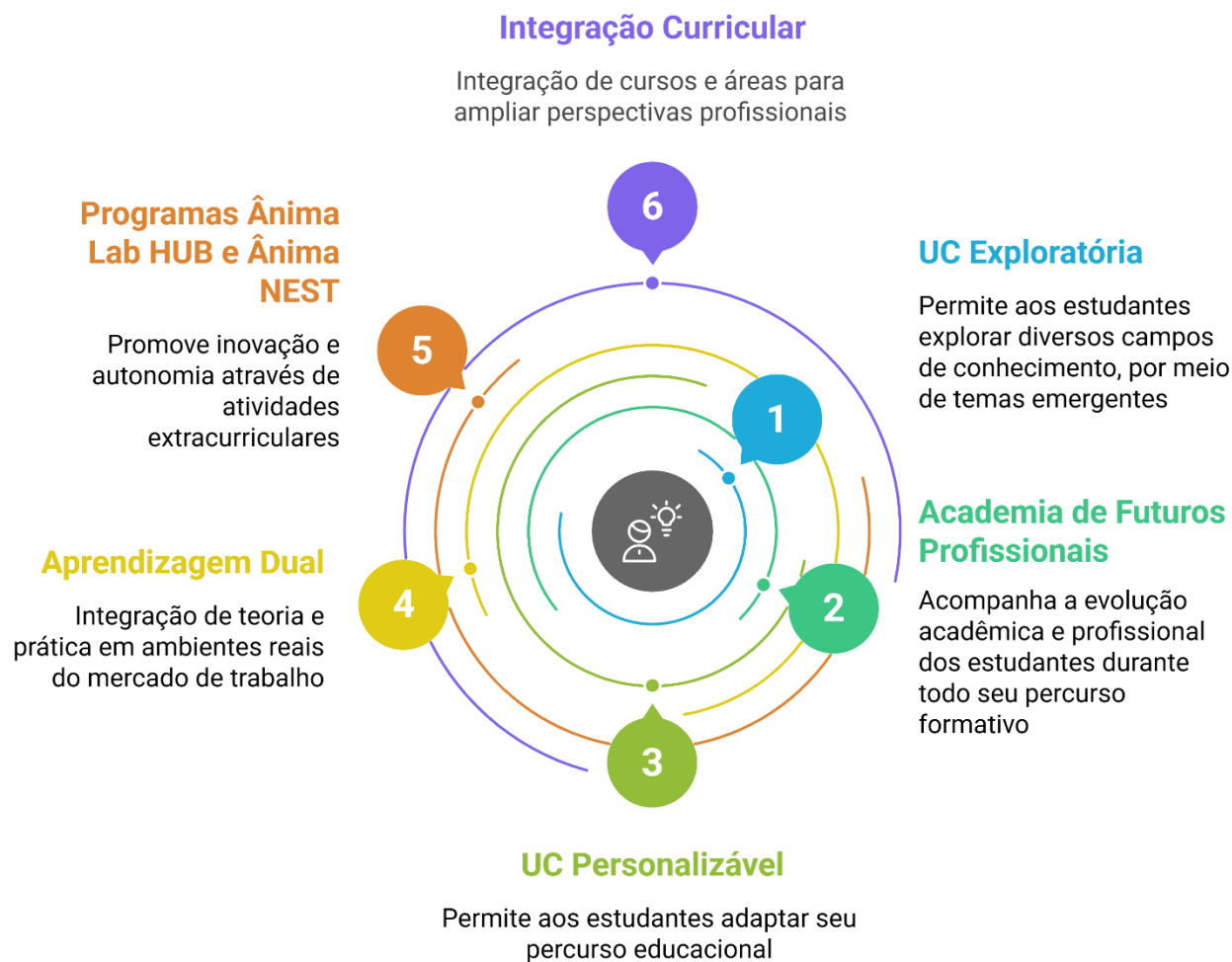
- **Formação Geral (UCs Exploratórias):** abordagem transdisciplinar, crítica e humanística, com temas como diversidade, inovação e cidadania.
- **Formação na Área:** conteúdos comuns entre cursos, com foco em atuação multiprofissional e pesquisa.

Formação Específica: conteúdos próprios do curso, com aprofundamento técnico e convivência em comunidade de formação.

Inovações Pedagógicas do Currículo

Ao longo do currículo, as Unidades Curriculares são organizadas propondo uma integração curricular entre cursos e áreas, gerando um estímulo adicional diferenciado à formação do estudante por possibilitar a percepção de diferentes perspectivas profissionais, por meio da **educação interprofissional**.

Para além da organização em Unidades Curriculares (UCs), o currículo do curso incorpora outros elementos de flexibilização e inovação, que visam a hiperpersonalização do percurso formativo. Entre eles, destacam-se:

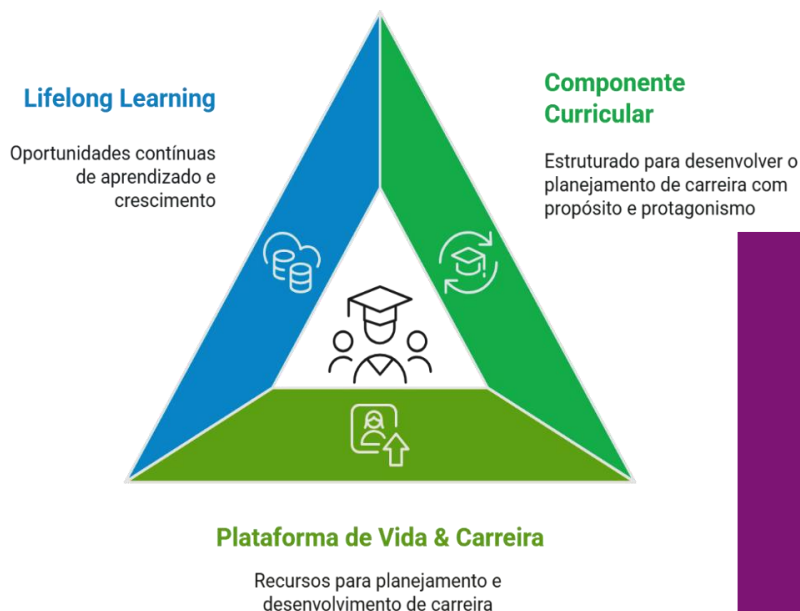


➤ Elementos Inovadores:

- **UC Exploratória:** que proporciona aos estudantes a oportunidade de explorar áreas de conhecimento diversas, por meio de temas emergentes, ampliando seus horizontes e incentivando a interdisciplinaridade.
- **Academia de Futuros Profissionais:** que tem como objetivo auxiliar, apoiar e acompanhar a evolução acadêmica e a trajetória profissional do estudante durante todo o seu percurso formativo
- **UC Personalizável:** uma unidade curricular eletiva que permite ao estudante moldar seu percurso formativo de acordo com seus projetos, momento de vida e interesses profissionais.
- **Conexão com o Mercado de Trabalho:** através de oportunidades práticas construídas em parcerias estratégicas como a Aprendizagem Dual e programas do Ânima Lab HUB e o Ânima NEST e da Academia de Futuros Profissionais.

- **Academia de Futuros Profissionais:** Foco no desenvolvimento de competências socioemocionais, autoconhecimento, mentalidade empreendedora e cidadania ativa. Estruturada em três pilares:

- **Componente Curricular:** aulas digitais e síncronas com foco em projeto de vida, impacto social e autoconhecimento.
- **Plataforma Vida & Carreira:** registro da trajetória acadêmica e profissional, com trilhas de aprendizagem e conexão com o mercado de trabalho.
- **Lifelong Learning:** personalização contínua da formação por meio de cursos, projetos, mentorias e ferramentas de autogestão da carreira.



- **Aprendizagem Dual:** integra teoria e prática desde o início do curso, com experiências reais em empresas e órgãos públicos, por meio de:
 - **UCs Duais:** desafios reais co-construídos com o setor produtivo.
 - **Programa de Imersão Profissional:** vivência prática e entrega de soluções.
 - **Aceleradora Dual de Talentos:** trilhas personalizadas com foco em empregabilidade.



- **Ambientes de Inovação:** programas do Ânima Lab HUB e o Ânima NEST que tem o objetivo de promover a inovação e a autonomia do estudante complementando sua formação com atividades extracurriculares disruptivas, reconhecendo a singularidade de cada sujeito.

Programas Ânima NEST

Oportunidades do aprendizado focado na educação empreendedora

Programas Ânima HUB

Experiências com inovação, empreendedorismo e pesquisa aplicada



Valores

Inovação, Empreendedorismo, Pesquisa Aplicada

Área de Futuros Profissionais

Foco em Carreiras conectadas com o futuro e empreendedorismo

- **Ânima Lab HUB:** rede de laboratórios híbridos e temáticos que promovem soluções tecnológicas e pesquisa aplicada com impacto social. Organizado em:
 - **Laboratórios Temáticos:** por áreas do saber.
 - **Squads:** grupos interdisciplinares com foco em inovação e extensão.

Consulte os feitos e conquistas dos estudantes em nossas redes sociais



- **Ânima NEST:** jornada empreendedora com apoio técnico e intelectual para desenvolvimento de ideias e negócios, integrando conteúdos curriculares às metodologias do programa.

Consulte os feitos e conquistas dos estudantes em nossas redes sociais



Extensão Universitária

A extensão universitária está plenamente integrada à matriz curricular do curso, conforme estabelecido pela legislação, o que garante que estudantes de todos os períodos tenham acesso contínuo a experiências práticas e comunitárias ao longo do curso.

O que é a extensão universitária?

A extensão universitária é a ponte entre a universidade e a sociedade, promovendo o diálogo, a troca de conhecimentos e a transformação social. Ela integra ensino, pesquisa e extensão, fortalecendo a formação cidadã e ética dos estudantes.

Como a extensão universitária impacta os estudantes?

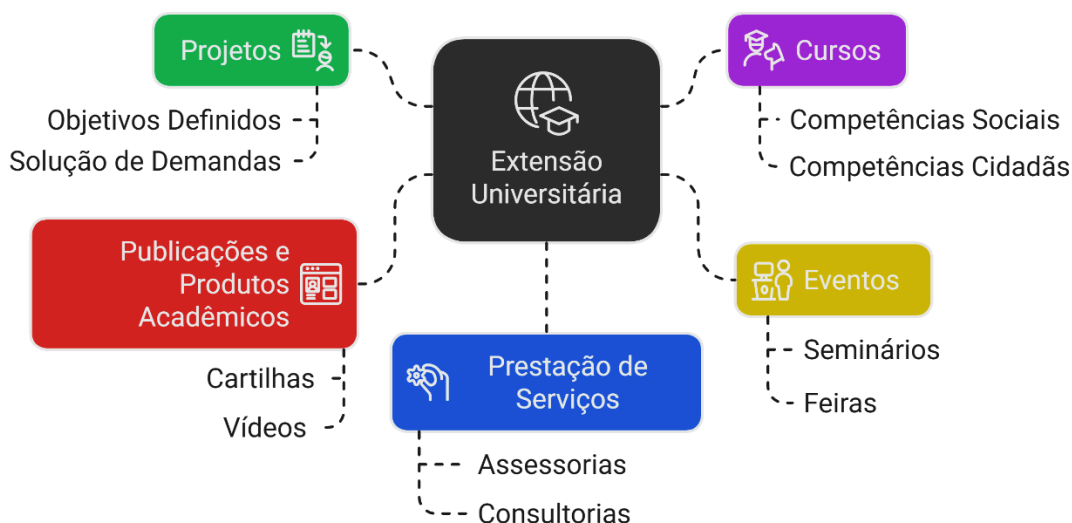
Ela permite que os estudantes desenvolvam práticas que valorizam saberes tradicionais e locais, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das comunidades envolvidas. Além disso, proporciona experiências práticas e comunitárias ao longo do curso.

Qual é a carga horária dedicada à extensão universitária?

Conforme a Resolução CNE/CES nº 7/2018, pelo menos 10% da carga horária total do curso deve ser dedicada à extensão. Essa carga é distribuída ao longo dos diversos níveis da formação.

Quais são as modalidades de extensão universitária?

As modalidades incluem:



Como os estudantes participam das atividades de extensão?

A cada semestre, são oferecidas oportunidades de participação em cursos, oficinas, projetos e eventos. Os estudantes escolhem as atividades mais alinhadas aos seus interesses e trajetória acadêmica, realizando a inscrição e acompanhamento pelo portal institucional Ulife.

Como a extensão universitária é integrada à matriz curricular?

A extensão é distribuída ao longo da matriz curricular, garantindo que os estudantes se envolvam continuamente com experiências práticas e transformadoras. Eles devem cumprir parte dos 10% obrigatórios da carga horária total do curso destinados à extensão em cada ciclo formativo.

Quais são os programas institucionais relacionados à extensão universitária?

Os programas incluem:

- **Ânima Plurais:** Diversidade e combate à discriminação.
- **Internacionalização:** Oportunidades com foco em carreira internacional.
- **Ciência da Felicidade:** Promoção da saúde física, mental e bem-estar.
- **Aprendizagem Dual:** Conexão com empresas através de desafios profissionais.

Qual é o objetivo da extensão universitária?

A extensão universitária visa fortalecer o compromisso da universidade com a transformação social e o desenvolvimento dos territórios, promovendo uma formação cidadã, ética e comprometida com a construção de um mundo mais justo, democrático e sustentável.

Compatibilidade de Carga Horária Total

(em Horas-Relógio)

A **Resolução CNE nº 3, de 2 de julho de 2007**, dispõe sobre procedimentos a serem adotados, pelas instituições, quanto ao conceito de hora-aula e as respectivas normas de carga horária mínima para todas as modalidades de cursos – bacharelados, licenciaturas, tecnologia e sequenciais. Estabelece que a hora-aula decorre de necessidades de organização acadêmica das Instituições de Ensino Superior, sendo sua organização uma atribuição das Instituições, desde que feitas sem prejuízo ao cumprimento das respectivas cargas horárias totais dos cursos. Enfatiza, ainda, que cabe à instituição a definição da duração das atividades acadêmicas ou do trabalho discente efetivo que compreendem aulas expositivas, atividades práticas supervisionadas e pesquisa ativa pelo estudante, respeitando o mínimo dos duzentos dias letivos de trabalho acadêmico efetivo.

Além de regulamentar a necessidade de a carga horária mínima dos cursos ser mensurada em horas (60min) **de atividade acadêmica e de trabalho discente efetivo**, cabendo as instituições a realização dos ajustes necessários e efetivação de tais definições em seus projetos pedagógicos, seguindo com a Convenção Coletiva de Trabalho - CCT local para o cálculo do pagamento da hora-aula docente.

Art. 1º A hora-aula decorre de necessidades de organização acadêmica das Instituições de Educação Superior.

§ 1º Além do que determina o caput, a hora-aula está referenciada às questões de natureza trabalhista.

§ 2º A definição quantitativa em minutos do que consiste em hora-aula é uma atribuição das Instituições de Educação Superior, desde que feita sem prejuízo ao cumprimento das respectivas cargas horárias totais dos cursos.

Art. 2º Cabe às Instituições de Educação Superior, respeitado o mínimo dos duzentos dias letivos de trabalho acadêmico efetivo, a definição da duração da atividade acadêmica ou do trabalho discente efetivo que compreenderá:

I – preleções e aulas expositivas;

II – atividades práticas supervisionadas, tais como laboratórios, atividades em biblioteca, iniciação científica, trabalhos individuais e em grupo, práticas de ensino e outras atividades no caso das licenciaturas.

Art. 3º A carga horária mínima dos cursos superiores é mensurada em horas (60 minutos), de atividades acadêmicas e de trabalho discente efetivo. (Resolução nº3, de 2 de julho de 2007)

Assim, amparada legalmente pela **Resolução CNE nº 3, de 2 de julho de 2007** as **Unidades Curriculares** incentivam o **trabalho discente efetivo**, por meio de **atividades de pesquisas supervisionadas**, materializando-se, inclusive, na **Avaliação A3**.

Para isso, **conforme resolução institucional**, a hora-aula dos cursos presenciais compreende o total de 60 minutos, assim entendida:

- I. **50 Minutos:** para exposição de conteúdos e atividades que envolvem o processo de ensino aprendizagem;
- II. **10 Minutos:** para o exercício das atividades acadêmicas discente. Sempre orientadas, acompanhadas e avaliadas pelos docentes das Unidades Curriculares, em consonância com as normativas de cada curso e com apoio das tecnologias digitais.

Conteúdos Curriculares

O Curso de Publicidade e Propaganda conta com uma matriz curricular fundamentada nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) específicas para o curso, em consonância com os Pareceres e Resoluções vigentes que dispõem sobre a carga horária e duração mínima de cursos de bacharelados.

A estruturação curricular é um processo meticuloso que se inicia com a análise aprofundada dos documentos regulatórios que fundamentam o curso. A partir dessa leitura, define-se o perfil do egresso desejado, levando em consideração o contexto local e as demandas da sociedade. Em seguida, os professores, em consonância com os princípios de co-criação, mobilidade e benchmarking, elencam as competências essenciais para que o egresso atinja o perfil almejado. Por fim, os conteúdos são organizados de forma a promover o desenvolvimento dessas competências, garantindo uma formação completa e alinhada com as necessidades do mercado de trabalho.

O curso de Publicidade e Propaganda está estruturado pela Matriz Curricular Radial, que organiza o desenvolvimento das competências profissionais em níveis progressivos de complexidade. Essa estrutura propicia a integração entre teoria e prática e assegura que cada unidade curricular contribua de forma articulada para o alcance do perfil do egresso. A matriz contempla 3.000 horas de formação total, sendo 10% dedicadas à Extensão Universitária (300 horas), 2.400 horas de unidades curriculares, 60 horas de Academia de Futuros Profissionais e 160 horas de Trabalho de Conclusão de Curso, conforme as normativas vigentes.

A matriz organiza-se em três níveis formativos progressivos, que representam etapas do percurso dos estudantes, marcando o progresso em complexidade, autonomia e profundidade do conhecimento. Os três níveis (Fundamental, Intermediário e Avançado), conduzem o/a estudante desde a compreensão inicial das interfaces da comunicação, linguagens, narrativas e criação textual até à proposição de intervenções profissionais que mobilizem o/a estudante ao desenvolvimento do senso crítico e prático quanto ao audiovisual publicitário, planejamento e organização de eventos e estratégias digitais data driven.

A organização curricular do Curso de Publicidade e Propaganda reflete o compromisso com uma formação que articula conhecimento teórico, prática profissional supervisionada e experiências extensionistas, conforme os princípios da DCN específica.

A matriz radial foi planejada para garantir uma progressão entre teoria e prática, bem como uma distribuição coerente entre atividades presenciais e a distância, priorizando a

presencialidade significativa como eixo essencial do processo formativo.

A carga horária total de 3.000 horas do curso está distribuída de maneira intencional entre componentes teóricos, voltados ao domínio conceitual e metodológico da Publicidade e Propaganda, e componentes práticos, que envolvem extensão e projetos sob supervisão docente.

No Nível Fundamental, predomina a formação teórica, voltada à construção das bases epistemológicas, históricas e científicas do Publicidade e Propaganda, bem como a discussão a partir de sua integração com áreas do conhecimento afins. As UCs dessa etapa — como Narrativas e Produção Transmídia; Linguagens e Relações Estéticas; Redação e Criação Textual introduzem as bases históricas, teóricas e contemporâneas da Comunicação, alternando com carga horária prática, inclusive em experiências iniciais de sensibilização e observação extensionista.

A partir do Nível Intermediário, a matriz passa a apresentar fundamentos teóricos em UCs como Teorias da Comunicação e das Mídias; Comunicação Integrada; Comportamento, Pesquisa e Tendências e na Unidade Curricular Exploratória, inserindo as vivências do meio publicitário nas UC como Estratégias Digitais Data-Driven; Planejamento e Organização de Eventos; Planejamento e Organização de Eventos, além de articular com as práticas de campo por meio de projetos e ações em território, a exemplo da Extensão Universitária: Diagnóstico e Imersão no Território.

No Nível Avançado, a carga prática continua predominante, refletindo o amadurecimento profissional do/a estudante, contemplando UCs como Planejamento de Campanha; Projeto de Pesquisa em Comunicação; e a Extensão Universitária: Co-Criação e Desenvolvimento de Projetos, correspondendo a atividades supervisionadas em campos reais de prática, com intensa carga prática e orientação docente contínua, com a realização do Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda, consolidando a articulação entre prática e investigação científica.

Assim, ao longo do percurso formativo, há uma transição planejada e contínua:

- Fundamental: predominância teórica com práticas introdutórias;
- Intermediário: equilíbrio teórico-prático;
- Avançado: predominância prática e de intervenção profissional.

Essa distribuição assegura o cumprimento das exigências das DCNs que determinam quanto à estrutura do curso de Publicidade e Propaganda em promover a integração teoria/prática e a interdisciplinaridade entre os eixos de desenvolvimento curricular, além de utilizar diferentes cenários de ensino-aprendizagem para que o/a estudante possa conhecer e vivenciar situações variadas em equipes multiprofissionais, sejam comuns ao Campo da Comunicação, ou de sua área de habilitação específica.

A matriz curricular do curso adota o princípio da presencialidade significativa, de modo que a maior parte da carga horária total se desenvolve em atividades presenciais, que são indispensáveis à formação em Publicidade e Propaganda. Essas atividades incluem aulas teórico-práticas, práticas supervisionadas, estágios em instituições conveniadas, oficinas e

ações de extensão em território.

A dimensão EAD é complementar e planejada para o apoio à presencialidade, não para sua substituição. Ela está distribuída em componentes de estudo teórico, pesquisa orientada, leituras dirigidas, uso de ambientes virtuais de aprendizagem e trilhas de aprofundamento. Essas atividades ampliam o acesso a conteúdos e metodologias inovadoras, estimulando a autonomia intelectual e o uso de tecnologias digitais, mas sempre articuladas às vivências presenciais.

Dessa maneira, o curso mantém a essência presencial, mas aproveita o potencial formativo das atividades EAD para ampliar a aprendizagem teórica e a integração de recursos tecnológicos, sem comprometer os princípios ético-pedagógicos da Publicidade e Propaganda.

Em suma, a distribuição da carga horária do curso demonstra:

- Predominância teórica nas etapas iniciais, necessária à consolidação das bases científicas e epistemológicas;
- Crescente integração teoria-prática ao longo dos níveis, expressando o princípio da indissociabilidade entre saber e fazer;
- Presencialidade predominante em todas as fases, intensificada nas práticas de extensão;
- Uso estratégico da EAD para o aprofundamento conceitual, a revisão de literatura e o desenvolvimento de competências cognitivas e reflexivas;

Matriz Curricular

CURSO:		Bacharelado em Publicidade e Propaganda							
Formato de Oferta (Modalidade)			Presencial						
Carga Horária Total:			Tempo de Integralização (em semestres) :						
3000 Horas (relógio)			Mínimo: 8		Máximo: 13		Semestres		
NÍVEL	TIPO	PREDECESSOR	DENOMINAÇÃO	CH TEÓRICA	CH PRÁTICA	CH PRES	CH EAD	TOTAL CH	
FUNDAMENTAL	U.C.		Narrativas e Produção Transmídia	80	80	120	40	160	h
	U.C.		Linguagens e Relações Estéticas	160	0	120	40	160	h
	AFP		Academia de Futuros Profissionais	60	0	0	60	60	h
	EXT		Extensão Universitária: propósito e impacto social	0	20	20	0	20	h
	U.C.		Redação e Criação Textual	80	80	120	40	160	h
	Semestres 1 - 3	U.C.		Publicidade e marketing	160	0	120	40	160
NÍVEL	TIPO	PREDECESSOR	DENOMINAÇÃO	CH TEÓRICA	CH PRÁTICA	CH PRES	CH EAD	TOTAL CH	
INTERMEDIÁRIO	U.C.	Redação e Criação Textual Linguagens e Relações Estéticas Narrativas e Produção Transmídia	Direção de Arte e Fotografia	80	80	120	40	160	h
	U.C.	Gestão de Marketing	Comunicação Integrada	80	80	120	40	160	h
	EXT		Extensão Universitária: diagnóstico e imersão no território	0	140	140	0	140	h
	U.C.	Gestão de Marketing	Comportamento, Pesquisa e Tendências	160	0	60	100	160	h
	U.C.		Estratégias Digitais Data-Driven	80	80	120	40	160	h
	U.C.		Planejamento e organização de eventos	80	80	120	40	160	h
	U.C.	Redação e Criação Textual Linguagens e Relações Estéticas Narrativas e Produção Transmídia	Audiovisual Publicitário	40	120	120	40	160	h
	U.C.		Branding e Identidade Visual	100	60	60	100	160	h
	U.C.		Teorias da Comunicação e das Mídias	160	0	60	100	160	h
	Semestres 3 - 7	UC. EXP.		Unidade Curricular Exploratória	160	0	120	40	160
NÍVEL	TIPO	PREDECESSOR	DENOMINAÇÃO	CH TEÓRICA	CH PRÁTICA	CH PRES	CH EAD	TOTAL CH	
AVANÇADO	U.C.		Planejamento de Campanha	100	60	60	100	160	h
	U.C.		Mídia e Performance	100	60	60	100	160	h
	EXT		Extensão Universitária: co-criação e desenvolvimento de projetos	0	140	140	0	140	h
	TCC		Projeto de pesquisa em comunicação	0	80	80	0	80	h
	Semestres 7 - 8	TCC		Trabalho de Conclusão de Curso	0	80	80	0	80
QUADRO RESUMIVO	TIPO	RESUMO DOS COMPONENTES CURRICULARES		CH TEÓRICA	CH PRÁTICA	CH PRES	CH EAD	TOTAL CH	
	U.C.	UNIDADES CURRICULARES		1460	780	1380	860	2240	h
	UC. EXP.	UNIDADE CURRICULAR EXPLORATÓRIA		160	0	120	40	160	h
	AFP	ACADEMIA DE FUTUROS PROFISSIONAIS		60	0	0	60	60	h
	TCC	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO		0	160	160	0	160	h
	EXT	EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA		0	300	300	0	300	h
	ACG	ATIVIDADES COMPLEMENTARES DA GRADUAÇÃO		80	0	80	0	80	h
CH TOTAL				1760	1240	2040	960	3000	h

A matriz curricular do curso está concebida em alinhamento às legislações vigentes para cursos no **formato de oferta presencial**. Dessa forma, em seu planejamento o curso conta com carga horária predominantemente presencial, **sendo no mínimo 70% da carga horária total composta por atividades presenciais obrigatórias que asseguram a interação direta entre docentes e discentes**. Conta, ainda, com até 30% da carga horária total do curso ofertada por meio de atividades de educação a distância, podendo incluir processos de ensino e aprendizagem síncronos e/ou assíncronos, em consonância com as DCNs do curso.

- **As atividades síncronas** compreendem atividade de educação a distância realizada com recursos de áudio e vídeo, na qual o estudante e o docente ou outro responsável pela atividade formativa estejam em lugares diversos e tempo coincidente.
- **As atividades assíncronas** compreendem atividade de educação a distância na qual o estudante e o docente ou outro responsável pela atividade formativa estejam em lugares e tempos diversos, sem comprometer a qualidade acadêmica.
- Enquanto **as atividades presenciais** são atividades formativas realizadas com a participação do estudante e do docente ou de outro responsável pela atividade formativa em lugar e tempo coincidentes.

Nesse sentido, a matriz do curso está concebida de forma a garantir um processo formativo contemporâneo, dinâmico e responsável, em estrita observância ao marco regulatório vigente e às prerrogativas de qualidade exigidas pelo Ministério da Educação pelo Ministério da Educação.

Ementário e Bibliografias

Consulte aqui as Ementas e
Bibliografias específicas do Curso

Metodologia de Ensino Aprendizagem

Como Funciona a Metodologia de Ensino-Aprendizagem do Curso?

A ideia principal do curso é que o estudante seja o protagonista da sua própria jornada. Aqui, aprender não é só decorar conteúdo — é viver experiências, resolver problemas reais e desenvolver habilidades que vão fazer diferença na sua vida pessoal e profissional.

O que guia essa metodologia?

- **Neurociência na prática:** Nosso cérebro aprende melhor quando usamos vários sentidos, repetimos com propósito e recebemos feedback. Por isso, usamos estratégias que ativam diferentes áreas do cérebro e tornam o aprendizado mais eficiente.
- **Acesso para todos:** Cada pessoa aprende de um jeito. Por isso, o curso oferece várias formas de estudar, participar e se expressar, respeitando as diferenças.
- **Aprender por competências:** O foco é desenvolver não só conhecimento, mas também atitudes, valores e habilidades que você vai usar no trabalho e na vida.
- **Qualidade e profundidade:** O conteúdo é sério e bem estruturado, com professores preparados e avaliações que fazem sentido com o que é ensinado.
- **Inovação sempre:** Nada de aula só com quadro e giz. Aqui você participa, cria, investiga e resolve problemas reais com apoio da tecnologia.

Princípios que fazem tudo isso acontecer:

- **O estudante no centro:** O curso considera o que o estudante já sabe, seus interesses e sua realidade.
- **Aprender com propósito:** Os temas são ligados a situações reais, o que torna tudo mais interessante e útil.
- **Teoria + prática:** O estudante aprende fazendo, com projetos, atividades em grupo e diferentes formas de avaliação.
- **Autonomia e criatividade:** O estudante é incentivado a pensar por conta própria, tomar decisões e criar soluções.

- **Tecnologia com sentido:** Ferramentas digitais são usadas para facilitar o aprendizado, não para complicar.
- **Inclusão de verdade:** Todo mundo tem espaço para aprender, com apoio especializado quando necessário.
- **Avaliação que ajuda a crescer:** Em vez de só dar nota, a avaliação mostra como o estudante pode melhorar e aprender mais.

Como a gente entende o aprendizado?

Aprender é algo ativo, emocional e único para cada pessoa. Por isso, usamos estratégias que:

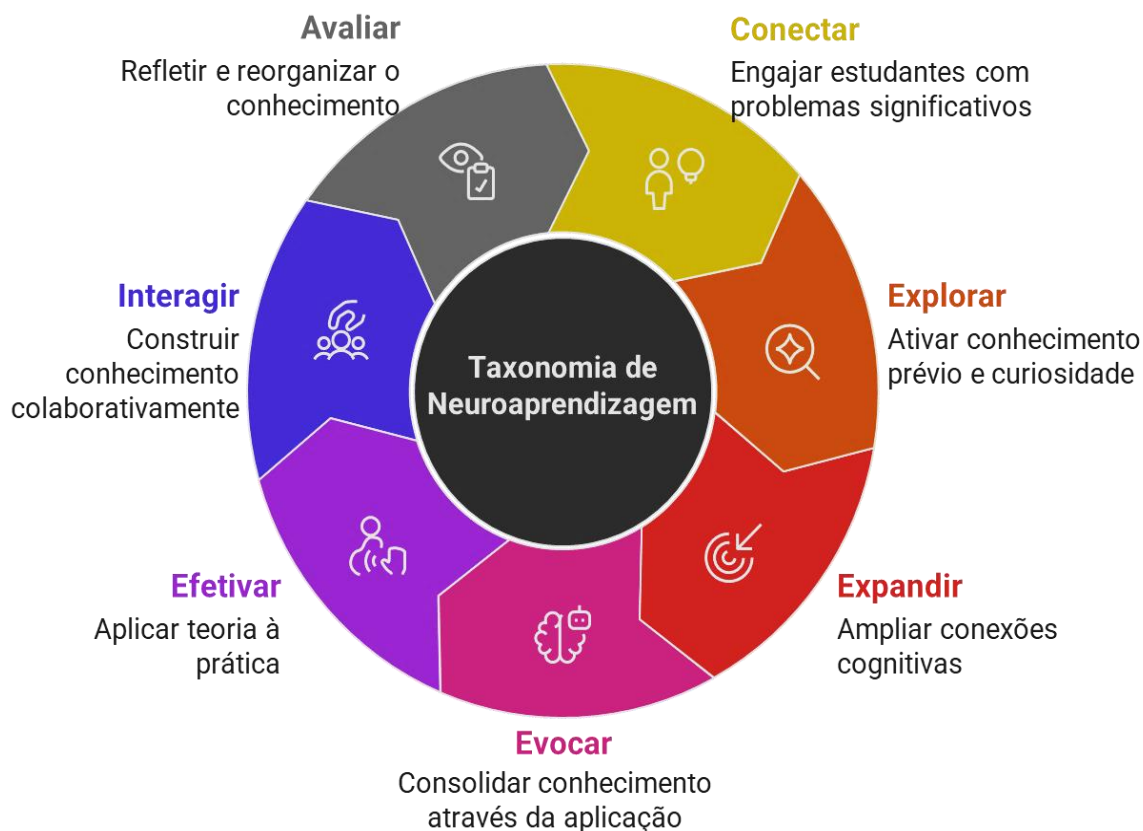
- Ativam várias partes do cérebro ao mesmo tempo;
- Envolvem emoções para ajudar na memória;
- Oferecem diferentes caminhos para aprender;
- Valorizam a prática e o feedback constante.

Como o cérebro aprende melhor (Neuroaprendizagem)?

Para ajudar o estudante a aprender melhor usamos estratégias pautadas nas contribuições da neurociência da aprendizagem, como:



Nas aulas o estudante vai ter a oportunidade de colocar em prática a taxonomia da Neuroaprendizagem:



Esses passos não são uma receita fixa — cada um aprende de um jeito, e isso é respeitado.

Metodologias Ativas: você no comando

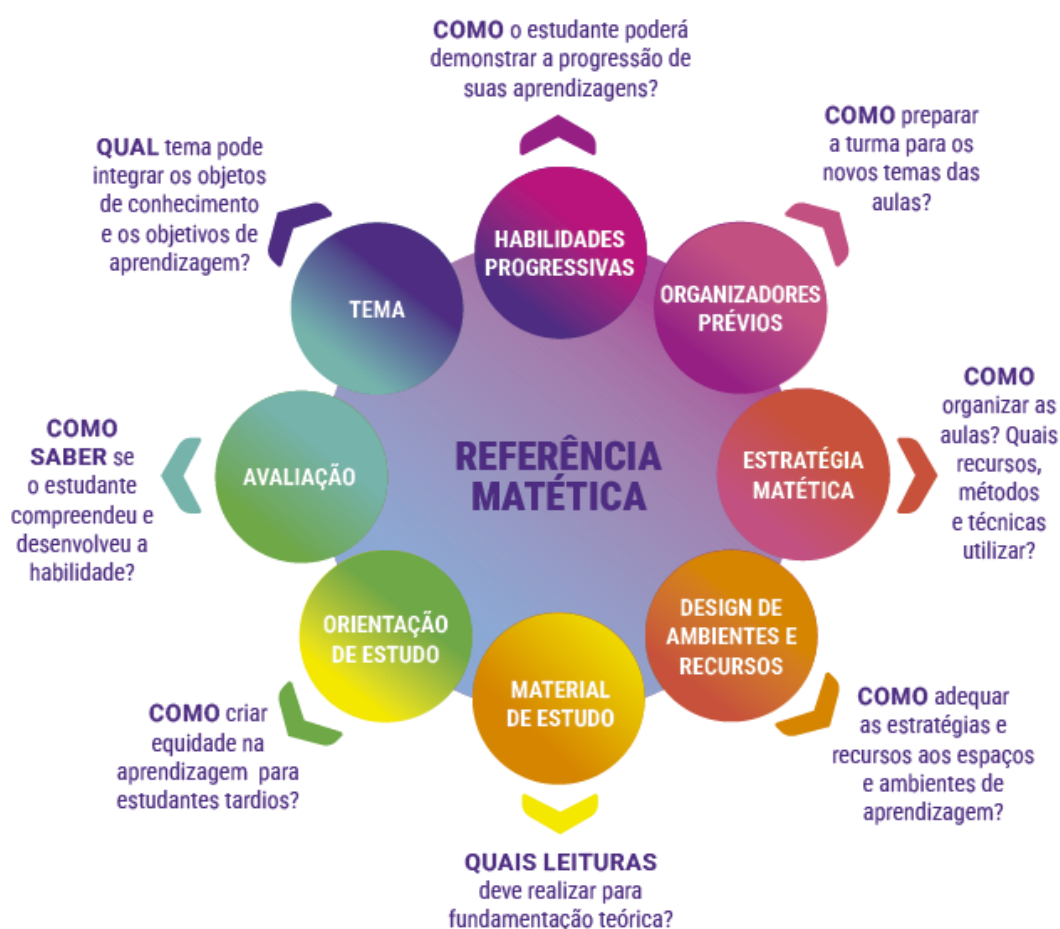
Aqui o estudante é o protagonista da sua aprendizagem, isso é possível pelo uso de metodologias como:

- **Sala de aula invertida** (o estudante estuda antes e discute depois);
- **Aprendizagem baseada em projetos e problemas;**
- **Storytelling** (aprender com histórias);
- **Instrução por pares** (aprender com colegas);

O professor é um mediador que ajuda o estudante a pensar, criar e resolver desafios. Para isso planeja suas práticas apoiado pela referência matética.

Referência Matética: o guia dos professores

A prática docente é planejada com base na Proposta Matética, que organiza o ensino em Unidades de Aprendizagem (UAs), cada uma estruturada por:



Os professores usam a **Referência Matética**, um material que ajuda no planejamento de aulas mais criativas, envolventes e focadas em desenvolver competências. Cada aula é pensada como uma experiência de aprendizado, com espaço para adaptação conforme o perfil da turma.

Ambientes e Recursos de Aprendizagem:

As experiências ocorrem em ambientes presenciais e digitais integrados, com destaque para a plataforma Ulife, que oferece:

- Aulas síncronas e assíncronas;
- Fóruns, trilhas de conteúdo, vídeos e podcasts;
- Recursos de apoio à carreira e estágio.

Essa estrutura favorece a flexibilidade, o acompanhamento contínuo e o protagonismo estudantil.

Estágio Supervisionado

A matriz curricular do Publicidade e Propaganda não contempla o estágio supervisionado como atividade obrigatória a ser cumprida, em conformidade com as normativas e regulamentações do curso.

1. O que é o estágio e qual sua importância?

O estágio é um ato educativo que oportuniza a preparação profissional por meio da vivência na área do curso em consonância com os conhecimentos adquiridos. É nele que o estudante poderá explorar seu potencial, desenvolver capacidades e competências importantes para sua formação profissional e aplicar seus conhecimentos na prática.

2. Qual é a legislação que regulamenta o estágio supervisionado?

O estágio supervisionado foi instituído pela Lei Nº 6.494/1977 e atualmente é regulamentado pela Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, respeitadas as normas editadas pelo Conselho Nacional de Educação e Conselhos de Profissão, além das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso.

3. Quais são as modalidades de estágio previstas na legislação?

Conforme a legislação, o estágio pode ocorrer em duas modalidades: obrigatório ou não-obrigatório, conforme determinação dos documentos normativos que regem o curso.

4. Qual a diferença entre estágio supervisionado obrigatório e não-obrigatório?

- Estágio supervisionado obrigatório: É aquele presente como componente curricular obrigatório na matriz curricular do curso e cuja carga horária é requisito para aprovação e obtenção do diploma.

- Estágio supervisionado não-obrigatório: É aquele desenvolvido como atividade opcional e, por isso, não está presente na matriz curricular, não sendo um requisito para aprovação e obtenção do diploma. Deve, obrigatoriamente, compatibilizar-se com o horário escolar, não prejudicando as atividades acadêmicas do estudante conforme determina a Lei de Estágio.

5. As atividades do estágio devem estar ligadas a quais aspectos?

As atividades do estágio não-obrigatório devem estar necessariamente ligadas às competências do perfil do egresso do curso.

6. Qual é a finalidade do estágio supervisionado não-obrigatório no curso?

O estágio supervisionado não-obrigatório é opcional e proporciona ao aluno o desenvolvimento de atividades pré-profissionais, permitindo vivenciar situações práticas de trabalho. Os estudantes do curso são incentivados a participar de atividades de estágio não-obrigatório, visando à articulação da teoria com a prática e o diálogo entre o mundo

acadêmico e o profissional. Isso permite ao estagiário refletir, sistematizar e testar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, bem como aprofundar conhecimentos, habilidades e atitudes em suas áreas de interesse.

Atividades Complementares da Graduação

As Atividades Complementares possibilitam a flexibilização curricular a partir da criação de oportunidades para o enriquecimento do processo ensino-aprendizagem e estímulo à prática de estudos independentes. Além disso, permitem a ampliação dos conhecimentos e o reconhecimento de competências adquiridas além da sala de aula, estimulando a iniciativa e autonomia do estudante em formação, como agente e sujeito do seu processo formativo profissional junto a sociedade na qual atuará.

Além de proporcionar uma progressiva autonomia intelectual dos estudantes, ampliando a possibilidade de apropriação do aprendizado advindo das relações com o mundo do trabalho, sua diversidade e peculiaridade, em conformidade com seus objetivos pessoais e profissionais.

Constituem objetivos das Atividades Complementares: (i) Expandir as áreas de abrangência e formação do estudante, para além da sala de aula; (ii) Flexibilizar o currículo acadêmico, alinhado aos interesses formativos e profissionais do discente; (iii) Oportunizar diversificadas formas de aprendizado e trocas de experiências em cenários diversos, a partir de atividades de cunho teórico ou prático, presencial.

As Atividades complementares estão institucionalizadas e podem ser realizadas em múltiplos formatos, objetivando complementar a formação do estudante, ampliar o seu conhecimento teórico-prático com atividades extraclasse, fomentar a prática de trabalho entre grupos e a integração entre estudantes e/ou profissionais de diferentes áreas de formação, mas com interesses afins, estimular as atividades de caráter solidário e incentivar a tomada de iniciativa e o espírito empreendedor dos estudantes. Essas atividades podem ser realizadas dentro ou fora da IES, desde que reconhecidas e aprovadas pela instituição como aderentes à formação geral ou específica do estudante.

A instituição prevê a categorização das atividades complementares, levando-se em consideração agrupamentos de ações similares que promovam a experiência a ser reconhecida, a título norteador, quais sejam: experiências de ensino e aprendizagem; experiências de pesquisa e produção científica; experiências culturais e desportivas; experiências administrativas e de representação estudantil; experiências de inovação tecnológica; experiências internacionais e experiências no mundo do trabalho.

Estão previstas, nas diretrizes da instituição, as atividades possíveis dentro de cada categoria das experiências mencionadas acima, os requisitos para a validação das horas equivalentes e a carga horária máxima a ser considerada no cômputo geral.

Para o curso de Publicidade e Propaganda, há, por definição em matriz curricular, a

obrigatoriedade de cumprimento 80 horas de carga horária de atividades complementares. As atividades estão em consonância com as diretrizes do curso, e algumas atividades são oferecidas pela instituição para a formação complementar, com o objetivo de ampliar o conhecimento teórico-prático, relacionadas ao desenvolvimento de determinadas competências aliadas ao currículo, considerando uma diversidade de atividades e aproveitamentos.

Operacionalização das Atividades Complementares

A gestão das Atividades Complementares está sob responsabilidade do educador responsável por esse acompanhamento, a quem cabe: (i) orientar os estudantes sobre o cumprimento das Atividades Complementares e a entrega de seus comprovantes; (ii) acompanhar e orientar a validação semestralmente do cumprimento destas. Todos os registros são realizados em sistema específico que acumula as Atividades Complementares submetidas e validadas ao longo do curso, de modo que ao final, esse total precisa alcançar, minimamente, a carga horária atribuída na matriz curricular do curso. O responsável pelo processo de validação das Atividades Complementares realizadas pelo estudante poderá, mediante análise documental, validar (ou não) o cadastramento, podendo demandar a entrega de documentos comprobatórios e/ou original.

Para a entrega, registro e aprovação das Atividades Complementares o estudante conta com mecanismo exitoso na sua regulação, gestão e aproveitamento. Toda operacionalização é sistematizada e possui interface com o Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Operacionalização das Atividades Complementares

A gestão das Atividades Complementares está sob responsabilidade do educador responsável por esse acompanhamento, a quem cabe: (i) orientar os estudantes sobre o cumprimento das Atividades Complementares e a entrega de seus comprovantes; (ii) acompanhar e orientar a validação semestralmente do cumprimento destas. Todos os registros são realizados em sistema específico que acumula as Atividades Complementares submetidas e validadas ao longo do curso, de modo que ao final, esse total precisa alcançar, minimamente, a carga horária atribuída na matriz curricular do curso. O responsável pelo processo de validação das Atividades Complementares realizadas pelo estudante poderá, mediante análise documental, validar (ou não) o cadastramento, podendo demandar a entrega de documentos comprobatórios e/ou original.

Para a entrega, registro e aprovação das Atividades Complementares o estudante conta com mecanismo exitoso na sua regulação, gestão e aproveitamento. Toda operacionalização é sistematizada e possui interface com o Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Trabalho de Conclusão do Curso

O trabalho de conclusão de curso, na forma definida nas Diretrizes Nacionais Curriculares e no Projeto Pedagógico do Curso, é entendido como um momento de síntese e expressão da totalidade da formação profissional. É o trabalho no qual o estudante sistematiza o conhecimento resultante de um processo investigativo, originário de uma indagação teórica, gerada a partir da prática do estágio ou dos trabalhos de investigação elaborados no decorrer do curso. Este processo de sistematização deve apresentar os elementos do trabalho profissional em seus aspectos teóricos, metodológicos e operativos, dentro dos padrões acadêmicos exigidos.

O trabalho de conclusão de curso está institucionalizado e conta com regulamentação própria. Consiste em uma atividade pertencente a um projeto relacionado às áreas de concentração do curso, previamente definido pelo NDE e aprovado pelo Colegiado de Curso, que também definem a forma, os critérios e os prazos de avaliação.

Para o curso de Publicidade e Propaganda, o TCC conta com uma carga horária obrigatória de 160 horas e visa a sistematizar o conhecimento adquirido no processo investigativo, com base na indagação teórica e nas práticas profissionais. Para a construção dos elementos essenciais ao pensamento investigativo-interventivo, o TCC é elaborado em duas etapas, ao longo dos últimos 02 semestres do curso:

- Projeto de Pesquisa em Comunicação (80h) – 7º período: reconhecer a natureza, a finalidade e as exigências do Trabalho de Conclusão de Curso, compreendendo seu papel no campo Publicitário, a partir da formulação de um problema de pesquisa, hipóteses e objetivos a fim de analisar criticamente a Publicidade e Propaganda como campo social, articulando referenciais teóricos e metodológicos à construção de projetos de pesquisa ou projetos aplicados em Comunicação.

- Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda (80h) - 8º período: desenvolver e aprofundar o projeto elaborado anteriormente, com a análise crítica dos contextos sociais, midiáticos e informacionais, articulando referenciais teóricos, procedimentos de apuração, dados empíricos e práticas publicitárias na construção de produtos ou pesquisas de interesse público.

O trabalho é realizado sob orientação de um educador e deve ser apresentado sob a forma de monografia, artigo científico ou ainda de um projeto aplicado, vinculando a integração de conhecimentos adquiridos no decorrer do curso com a realidade da sua profissão, sempre com uma sólida fundamentação. Assim, o objetivo do TCC é estimular a produção científica e o aprimoramento teórico e, conseqüentemente, promover o fortalecimento da

análise crítica de fatos associados à área de formação do estudante.

Para produção do TCC os estudantes têm acesso a materiais e manuais orientadores de apoio na produção e desenvolvimento do trabalho de conclusão. Os trabalhos ficam disponíveis em repositório institucional, acessíveis pela internet.

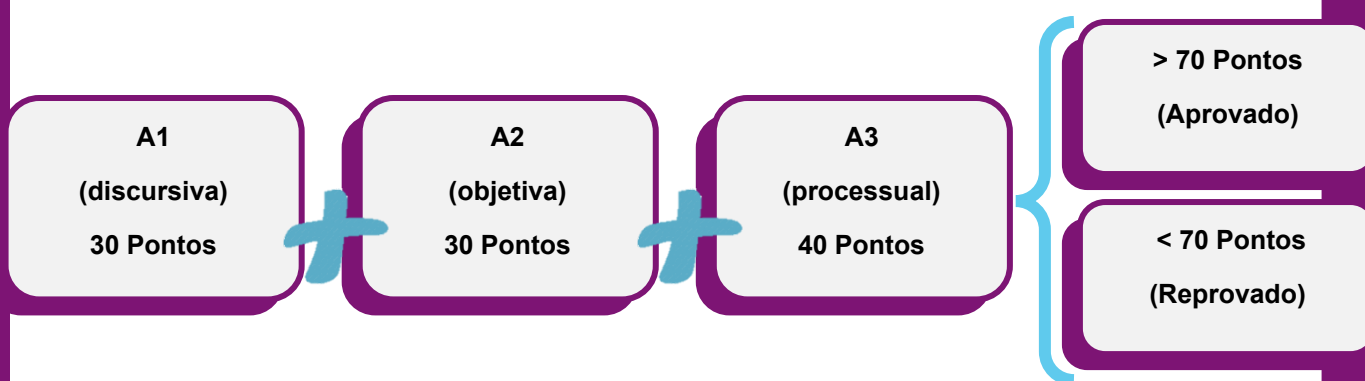
Avaliação do trabalho de conclusão de curso

O trabalho de conclusão de curso se constitui como componente curricular obrigatório, conforme previsto no projeto pedagógico do curso. A avaliação é realizada pelo educador responsável por esse acompanhamento e terá a atribuição de conceito, observados os critérios, regras e regulamento específicos da instituição. Quando reprovado, o estudante deverá, observada a oferta e disponibilidade de horário, efetuar nova matrícula neste componente.

Critérios de Avaliação Discente

As práticas avaliativas são orientadas pela compreensão da avaliação como uma experiência de aprendizagem, o que significa utilizá-la para oferecer feedback construtivo tanto para estudantes, quanto para educadores, motivando os estudantes a aprender e a diagnosticar seus pontos fortes, indicando caminhos para as melhorias. Sendo importante entender que a avaliação é pensada e organizada para ser uma justa medida do seu desenvolvimento no percurso da educação, considerando o complexo e amplo processo de ensino e aprendizagem. A elaboração, correção e feedback das avaliações são prerrogativas do docente, podendo contar com o apoio do tutor (quando se aplicar) e com uso de inteligência artificial.

A proposta de avaliação está organizada considerando o conceito de avaliação por competência, portanto formativa, processual e contínua, ou seja, com atividades avaliativas diversificadas, como experiências intencionais de ensino que visam à potencialização da aprendizagem, tanto no decurso das práticas pedagógicas, quanto em datas específicas, com feedbacks frequentes, para que seja possível acompanhar o desenvolvimento dos estudantes e intervir com mais assertividade. Além disso, as avaliações propostas têm diferentes objetivos, todos alinhados com as competências que os estudantes devem desenvolver neste nível de ensino. Desta forma, as avaliações estão planejadas da seguinte forma:



Avaliação 1 (A1) – Discursiva | 30 pontos

Avalia a expressão da linguagem específica da área, com destaque para o desenvolvimento das **competências linguísticas de escrita**, utilizando-se dos signos e códigos da profissão para a resolução de problemas pertinentes à UC. O aluno precisa saber se expressar, sobretudo, na área em que ele irá atuar – com os símbolos e linguagem próprios, levando-se em conta a realidade profissional ali compreendida. Pretende-se, nessa etapa avaliativa, verificar a capacidade de síntese e de interpretação, analisando-se a capacidade de o aluno não apenas memorizar, mas expressar-se criativamente diante de situações semelhantes às reais.

Avaliação 2 (A2) – Objetiva | 30 pontos

Verifica a capacidade dos estudantes de compreender, interpretar, analisar e aplicar conhecimentos em situações contextualizadas, por meio de questões objetivas. Avalia a capacidade de mobilizar conhecimentos em contextos significativos e habilidades cognitivas em diferentes níveis de complexidade.

Avaliação 3 (A3) – Processual | 40 pontos

É concebida como uma atividade processual, realizada ao longo do período de aprendizagem, destinada a avaliar a **compreensão efetiva do estudante** na integração dos conhecimentos propostos na unidade curricular. Por meio de um projeto, o estudante deve demonstrar sua capacidade de mobilizar conhecimentos, habilidades e atitudes para **resolver situações-problema do mundo contemporâneo**, evidenciando **competências técnicas e socioemocionais de forma articulada**.

O produto gerado pelo estudante – que pode ser um texto, artigo, vídeo, entre outros formatos – deve revelar:

- A habilidade de aplicar os conhecimentos adquiridos de forma prática e relevante.
- A **tendência de usar o aprendizado para operar no mundo**, de forma ética, crítica e propositiva.
- A **criatividade** na formulação de soluções inovadoras para o problema proposto.

Ressalta-se que o *feedback* dos professores constituirá elemento imprescindível para construção do conhecimento, portanto, será essencial que o docente realize as devolutivas ao longo do semestre letivo.

Nas **unidades curriculares presenciais (UC)**, estará aprovado – naquela unidade curricular – o aluno que obtiver, na soma das três avaliações (A1+A2+A3), o mínimo de 70 pontos e atingir, no mínimo, 75% de frequência nas aulas presenciais. Nas **unidades curriculares digitais (UCD)**, estará aprovado o aluno que obtiver, na soma das três avaliações (A1+A2+A3), o mínimo de 70 pontos.

Para os alunos que não obtiveram a soma de 70 pontos, será oferecida a Avaliação Integrada.

Avaliação Integrada

A avaliação integrada consiste em uma prova, a ser realizada em data prevista no calendário acadêmico, abrangendo o conteúdo integral da unidade curricular. O objetivo da AI é verificar o desenvolvimento das competências previstas na unidade curricular. Após o lançamento da nota da avaliação integrada (AI), o aluno que obtiver 70 pontos, será considerado aprovado. O aluno que, porventura, vier a ser reprovado na unidade curricular, deverá refazê-la, na modalidade presencial ou digital, respeitada a oferta. A reprovação em componente curricular não interromperá a progressão do aluno no curso.

Avaliação do Componente Curricular Academia de Futuros Profissionais

O componente curricular Academia de Futuros Profissionais usa avaliação processual com atribuição de conceito às entregas previstas para o semestre. O estudante recebe o conceito de “Aprovado”, ou “Reprovado”, a depender de seu desempenho. O estudante que obtiver menos de 70 pontos receberá o conceito “Insatisfatório” e deverá refazer o componente curricular.

Cumprimento das Atividades Complementares e Extensão

Nas atividades complementares e nas atividades de extensão o aluno que comprovar, durante a integralização, o cumprimento total da carga horária definida na matriz curricular, observado no Projeto Pedagógico do Curso, obterá o conceito “cumpriu”.

Avaliação Institucional e de Curso

A instituição, em conformidade com as diretrizes do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e as orientações da Comissão Nacional da Avaliação da Educação Superior (CONAES), possui uma Comissão Própria de Avaliação (CPA). Esta comissão promove medidas de avaliação interna e acompanha as avaliações externas.

O processo de avaliação institucional é dividido em dois momentos: **avaliação interna** e **avaliação externa**. Na autoavaliação, a instituição coleta percepções e indicadores sobre si mesma para construir um plano de ação visando melhorar a realização de sua missão, objetivos e diretrizes institucionais, além de aumentar sua eficiência organizacional.

A autoavaliação é realizada semestralmente em todos os cursos da IES, de forma quantitativa e qualitativa, conforme a Lei do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), nº 10.861, de 14 de abril de 2004. A legislação prevê a avaliação de dez dimensões, agrupadas em cinco eixos.



Avaliação Interna (Autoavaliação)

- **Objetivo:** Reunir percepções e indicadores sobre a instituição para construir um plano de ação que melhore a realização de sua missão, objetivos e diretrizes institucionais, além de aumentar sua eficiência organizacional.
- **Periodicidade:** Realizada semestralmente em todos os cursos da IES, de forma quantitativa e qualitativa.
- **Abrangência:** cursos de graduação, pós-graduação *lato sensu* e pós-graduação *stricto sensu*, tanto nas modalidades presencial quanto a distância, de acordo com a oferta de cursos prevista no portfólio institucional.
- **Participação:** Essencial para atingir os objetivos da avaliação institucional, envolve alunos, professores, técnicos administrativos e egressos, sendo voluntária e garantindo o anonimato dos participantes.
- **Parceria:** Plano de comunicação desenvolvido pela CPA em parceria com a equipe de marketing, com uma comunicação alinhada ao perfil de cada público participante.
- **Divulgação:** Durante o período em que a pesquisa está no ar, as peças de comunicação são divulgadas e disponibilizadas para toda a comunidade acadêmica. Além disto, a CPA amplia o canal de comunicação com a comunidade acadêmica para apurar críticas e sugestões, incorporando melhorias no modelo de avaliação institucional.

O processo de autoavaliação da instituição é constituído de oito etapas, previstas e planejadas para que seus objetivos possam ser alcançados, conforme explicitado a seguir.



Avaliação Externa

- **Componentes:** Avaliação do curso por comissões de verificação in loco designadas pelo INEP/MEC, Exame Nacional de Avaliação de Desempenho do Estudante (ENADE) e Conceito Preliminar do Curso (CPC).
- **ENADE:** Fornece informações para análise do perfil dos estudantes e da instituição. Após a divulgação dos resultados, realiza-se uma análise do relatório de avaliação do curso para verificar se todas as competências abordadas no exame estão contempladas pelos componentes curriculares.
- **Integração:** Os resultados do ENADE são integrados aos da autoavaliação, iniciando um processo de reflexão sobre os compromissos e práticas da instituição.

Gestão do Curso

- **Base:** A gestão do curso é realizada considerando a autoavaliação e os resultados das avaliações externas.
- **Objetivo:** Desenvolver uma gestão institucional focada na formação de profissionais competentes, éticos, críticos, responsáveis socialmente e participantes das mudanças necessárias à sociedade.
- **Utilização dos Resultados:** Discussão dos resultados com estudantes, Núcleo Docente Estruturante, Colegiado de Curso, educadores e gestores para definição de ações a serem implementadas.
- **Foco:** aprimoramento contínuo por meio de estudos e planos de ação que embasam decisões institucionais.

Esses processos de avaliação contínua visam garantir a qualidade do ensino oferecido e promover o aprimoramento constante da instituição.

Corpo Docente

O corpo docente do curso é composto por educadores com sólida e comprovada formação acadêmica, relevante qualificação profissional, além da experiência na docência superior (presencial e a distância). São priorizados profissionais que reúnem características compatíveis com o perfil do egresso e aptos a atuarem nos diversos ambientes de aprendizagem utilizados pelo curso. Sendo composto, preferencialmente, por docentes com título de mestre ou doutor, oriundos de reconhecidos programas de pós-graduação *stricto sensu*.

Os educadores são selecionados de acordo com as Unidades Curriculares a serem ofertadas, considerando o perfil do egresso, as demandas formativas do curso, os objetivos de aprendizagem esperados e o fomento ao raciocínio crítico e reflexivo dos estudantes, para além da bibliografia proposta, proporcionando o acesso a conteúdo e grupos de estudo ou pesquisas relacionados as UCs e ao perfil do egresso.

Ainda que apresentem titulação que os qualifique para a prática docente, os educadores participam de programas de formação de professores, internos e externos, visando ao constante aperfeiçoamento, à qualificação em práticas acadêmicas relevantes e atuais com foco em uma sala de aula realmente transformadora, pautada na **Taxonomia da Neuroaprendizagem**, apoiada na **Referência Matética**, na utilização de metodologias ativas e das ferramentas tecnológicas.

Os docentes do curso que conduzem os encontros presenciais e a tutoria das atividades realizadas no AVA. Para isso, são incentivados e orientados a participarem da formação de professores, visando ao constante aperfeiçoamento na sua atuação como profissionais, assim como na preparação de atividades, objetivando a verticalização dos conhecimentos nas diversas áreas de atuação do profissional a ser formado. Os docentes do curso participam também de programas e projetos de extensão mediante editais internos e externos.

O Corpo Docente, quando necessário, participa ativamente na elaboração e atualização dos Projetos Pedagógicos do Curso (PPC) por meio de Reuniões Plenas de Colegiados, NDE e Fóruns Permanentes de Discussão para adequação das matrizes curriculares, instituídos por atualizações nas normativas e legislações relacionadas ao curso, ou por melhorias alinhadas as necessidades do mercado e resultados das avaliações internas e externas. Nos finais dos semestres são realizadas oficinas especialmente dedicadas às discussões de adequações necessárias, momento em que os professores assumem papéis de autores e se apropriam de convicções, retomam os resultados dos Planos de Ação de Gestão do Curso para reformular/atualizar o Currículo Pleno. Assim, enquanto autores da concepção, se empenham na implantação do currículo em suas relações subjetivas com os alunos nas salas de aulas.

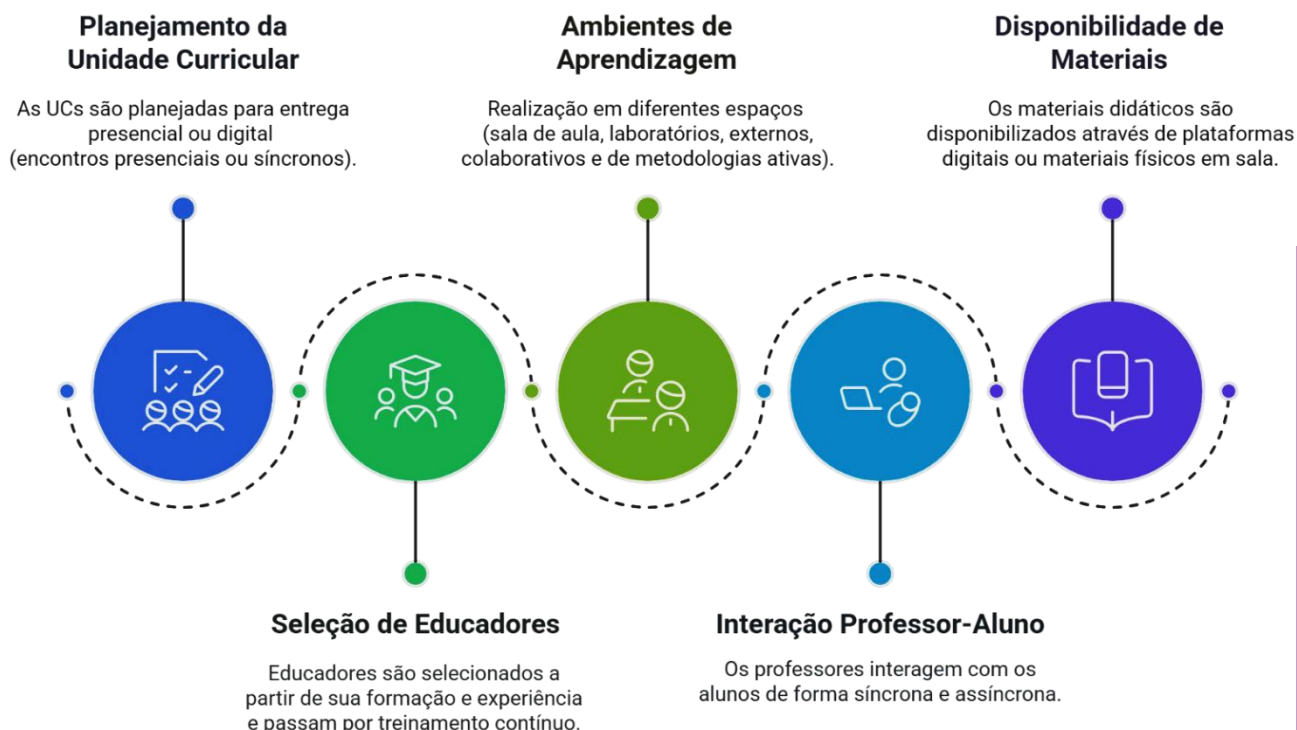
Além disso, é incentivado o comprometimento do Corpo Docente em contribuir de maneira significativa na produção de Projetos de Extensão, orientação de Iniciações Científicas e de Trabalhos de Conclusão de Curso.

Atores Pedagógicos do Processo de Ensino Aprendizagem

A carga horária das Unidades Curriculares do curso está diretamente vinculada ao modelo de oferta definido na matriz curricular, que por sua vez é estruturada com base no modelo acadêmico adotado pelo curso. Dessa forma, as Unidades Curriculares podem ser desenvolvidas por meio de diferentes formatos com atividades presenciais, síncronas mediadas e/ou EAD.

Cabe aos professores, inspirar, mediar, orientar os estudantes no processo de ensino-aprendizagem, buscando dar o apoio necessário de diferentes maneiras: nos momentos síncronos (presencial ou digital) e nos momentos assíncronos, a partir da interação pelo ambiente virtual de aprendizagem, no intuito de esclarecer dúvidas e motivar a discussão (fóruns de discussão).

A condução das UCs se dá da seguinte forma:

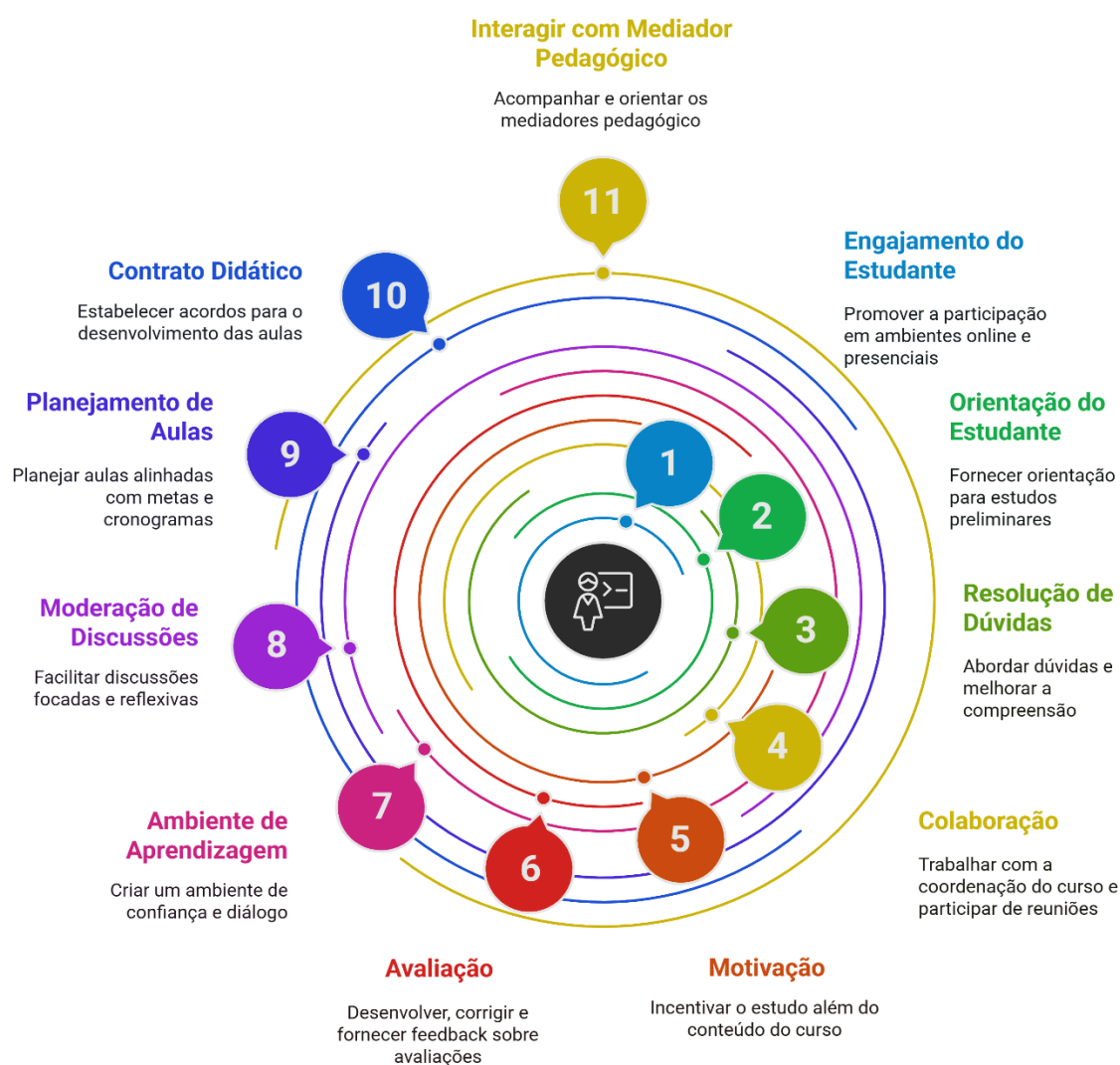


O modelo acadêmico está estruturado a partir de 3 (três) atores pedagógicos, além do coordenador de curso, envolvidos no processo ensino-aprendizagem, que atuam desde a concepção do material didático até a interação entre docentes e estudantes. São eles:

- A. Professor regente;
- B. Mediador pedagógico;
- C. Professor conteudista.

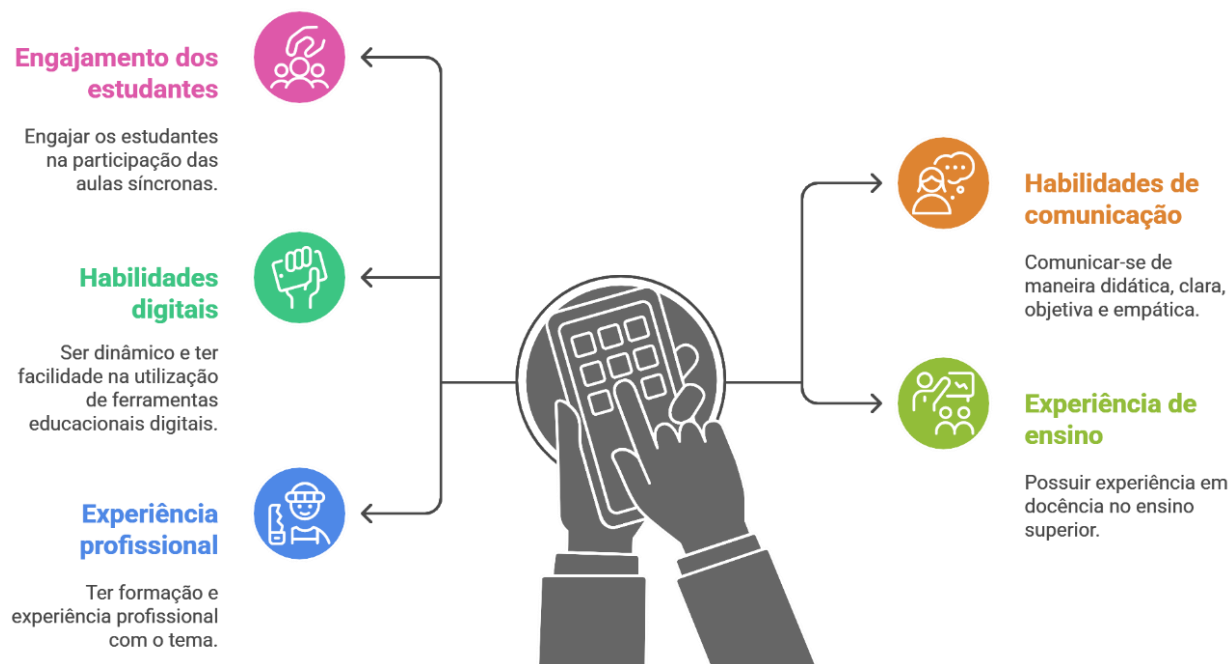
Professor Regente

Docente com formação e experiência comprovada na unidade curricular que atua ou atuará, trabalha de forma articulada com o Projeto Pedagógico do Curso e com o plano de ensino. É o profissional responsável por mediar o processo de ensino-aprendizagem e estimular a participação dos estudantes de acordo com as premissas do currículo E2A. **São suas atividades:**

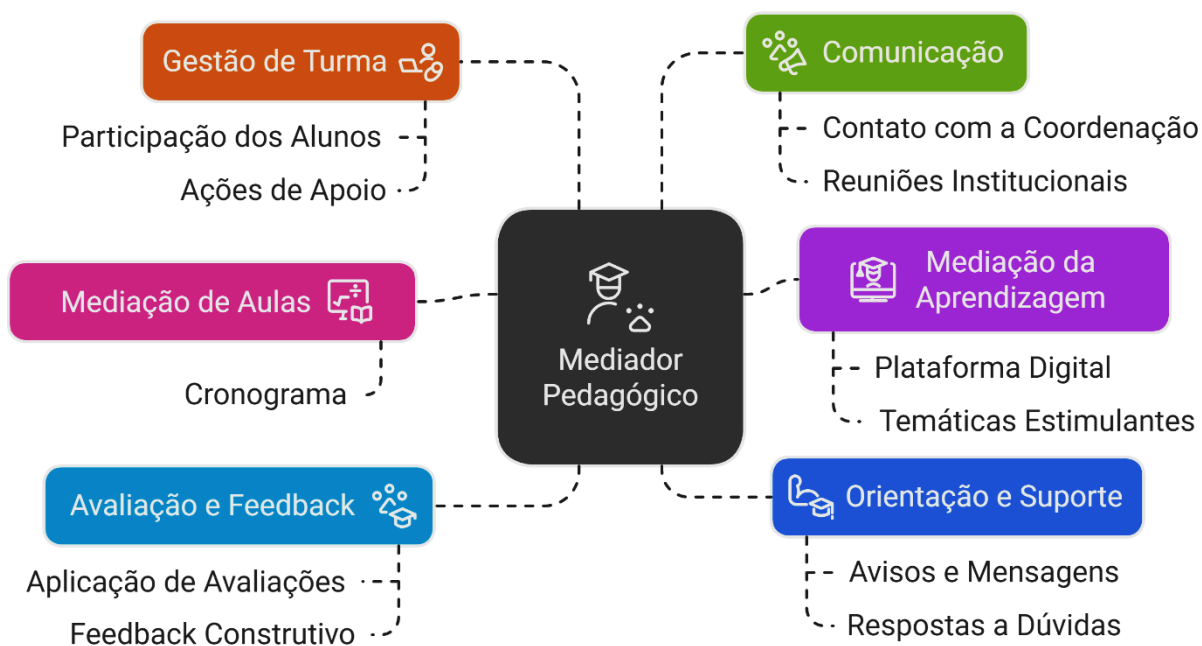


Mediador Pedagógico

Os mediadores pedagógicos possuem formação e experiência comprovada na UC que atuam ou atuarão e serão responsáveis por conduzir e supervisionar o processo de ensino-aprendizagem assim como estimular a participação dos estudantes. É imprescindível que o mediador pedagógico trabalhe de forma articulada com o Projeto Pedagógico do Curso e com o plano de ensino. É importante que o mediador apresente as seguintes habilidades e competências:



As principais atribuições do mediador pedagógico são:



Professor Conteudista e Atividades de Curadoria

Para que um professor seja um professor conteudista, destaca-se como pré-requisito que tenha mestrado ou doutorado na área de conhecimento, que já tenha lecionado a UC e que passe pelo processo de formação em curadoria digital.



As principais atribuições do professor conteudista são:



Infraestrutura

A Instituição possui uma infraestrutura moderna, que combina tecnologia, conforto e funcionalidade para atender as necessidades dos seus estudantes e educadores. Os múltiplos espaços possibilitam a realização de diversos formatos de atividades e eventos como atividades extensionistas, seminários, congressos, cursos, reuniões, palestras, entre outros.

Todos os espaços da Instituição contam com cobertura *wi-fi*. As dependências estão dentro do padrão de qualidade exigido pela Lei de Acessibilidade n. 13.146/2015, e o acesso às salas de aula e a circulação pelo *campus* são sinalizados por pisos táteis e orientação em braile. Conta também com rampas ou elevadores em espaços que necessitam de deslocamento vertical.

Instalações Administrativas e de Curso

As instalações administrativas são adequadas para os usuários e para as atividades exercidas, com o material indicado para cada função. Além disso, irão possuir iluminação e ventilação artificial e natural. Todos os mobiliários serão adequados para as atividades, e as salas serão limpas diariamente, além de dispor de lixeiras em seu interior e nos corredores.

Os espaços físicos utilizados pelo curso são constituídos por infraestrutura adequada que atende às necessidades exigidas pelas normas institucionais, pelas diretrizes do curso e pelos órgãos oficiais de fiscalização pública.

Espaço Físico do Curso

Salas de Aula

As salas de aula do curso estão equipadas conforme a finalidade, atendendo aos requisitos de dimensão, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, acessibilidade, conservação e comodidade. Elas possuem computador com projetor multimídia e contam com manutenção periódica.

Além da acessibilidade arquitetônica, há recursos instrumentais para garantir a plena participação e aprendizagem de todos os estudantes. Um intérprete de Libras estará presente na sala de aula, quando necessário e solicitado, para superar barreiras linguísticas e facilitar o aprendizado dos estudantes surdos.

Laboratórios do Curso

A instituição fornece recursos de informática (hardware e software) conforme as necessidades do curso. Há laboratórios específicos e compartilhados entre os cursos, disponíveis para aulas e monitorias. Os alunos têm acesso aos laboratórios fora do horário de aulas, com monitores e uso de diferentes softwares e internet.

Os laboratórios de informática apoiam atividades de ensino, pesquisa, administração e serviços à comunidade, promovendo habilidades de levantamento bibliográfico e uso de bases de dados. Equipados para conforto e agilidade, os laboratórios contarão com suporte da equipe de TI durante e fora das aulas.

Há manutenção preventiva e corretiva em informática. Um *helpdesk* permitirá atendimento rápido pelos técnicos da IES, que também firma contratos com empresas de manutenção. A instituição tem um plano de expansão proporcional ao crescimento anual do corpo social, e a área de TI define as características necessárias para equipamentos, servidores, telecomunicações, internet e intranet.

Instalações para os Docentes

Salas dos Professores

A instituição tem à disposição dos docentes uma sala coletiva, equipada com recursos de informática e comunicação. O espaço conta com iluminação, acústica, ventilação, acessibilidade, conservação, comodidade e limpeza apropriados ao número de professores, além de espaço destinado para guardar materiais e equipamentos didáticos. O local será dimensionado de modo a considerar tanto o descanso, quanto a integração dos educadores.

Espaço para Professores em Tempo Integral

O curso oferece gabinete de trabalho plenamente adequado e equipado para os professores de tempo integral, atendendo de forma excelente aos aspectos de disponibilidade de equipamentos de informática em função do número de professores, dimensão, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, acessibilidade, conservação e comodidade apropriados para a realização dos trabalhos acadêmicos.

Com relação aos equipamentos e aos recursos de informática, a facilitação do acesso por parte de professores com deficiência ou mobilidade reduzida poderá se dar por meio da adequação dos programas e da adaptação dos equipamentos para as necessidades advindas da situação de deficiência (deficiências físicas, auditivas, visuais e cognitivas) a partir do uso de softwares especiais, ponteiras, adaptações em teclados e mouses, etc. A tecnologia assistiva adequada será aquela que irá considerar as necessidades advindas da especificidade de cada pessoa e contexto e favorecerá a autonomia na execução das atividades inerentes à docência.

Instalações para a Coordenação de Curso

A coordenação do curso dispõe de gabinete de trabalho que atende plenamente aos requisitos de dimensão, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, conservação e comodidade necessários à atividade proposta, além de equipamentos adequados, conforme poderá ser visto na visita *in loco*. A coordenação do curso conta com uma equipe de apoio e uma central de atendimento ao aluno a fim de auxiliar e orientar os discentes em questões financeiras e em relação à secretaria, a estágio e à ouvidoria.

Biblioteca Universitária

A biblioteca é gerenciada em suas rotinas pelo *software Pergamum*, programa desenvolvido pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná em conjunto com a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Em seu acervo, constam não apenas livros da bibliografia básica das UCs ofertadas, mas também da bibliografia complementar, além de livros para consulta interna, dicionários, e-books, enciclopédias, periódicos, jornais e materiais audiovisuais especializados nas áreas de atuação das unidades, e está totalmente inserido no Sistema *Pergamum*, com possibilidade de acesso ao catálogo on-line para consulta (autor, título, assunto e booleana), reserva e renovação.

A composição do acervo está diretamente relacionada aos novos meios de publicação de materiais bibliográficos, constituindo uma variedade de recursos que atende às indicações bibliográficas dos cursos e da comunidade em geral.

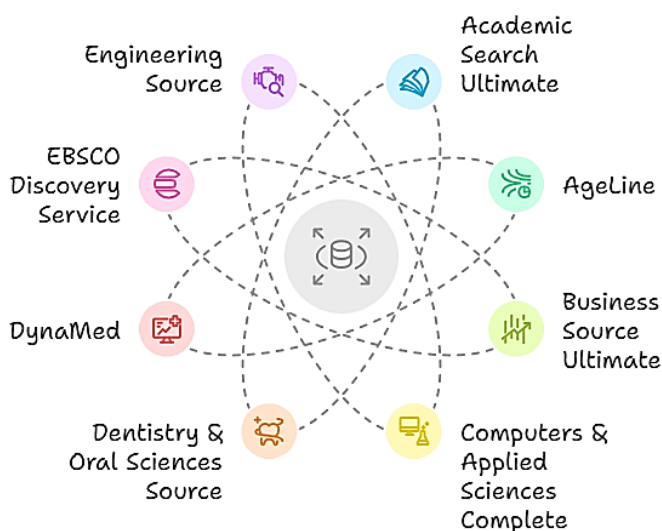
O acesso ao acervo é aberto ao público interno da IES e à comunidade externa.

Além disso, é destinado espaço específico para leitura, estudo individual e em grupos.

O empréstimo é facultado a alunos, professores e colaboradores administrativos e poderá ser prorrogado desde que a obra não esteja reservada ou em atraso.

Além do acervo físico, a IES oferece também a toda comunidade acadêmica o acesso a milhares de títulos em todas as áreas do conhecimento por meio de cinco plataformas digitais. A Biblioteca Virtual Pearson, a Minha Biblioteca e a Biblioteca Digital Senac que contribuem para o aprimoramento e aprendizado do aluno. Elas possuem diversos

BASE DE DADOS



recursos interativos e dinâmicos que possibilitam o acesso à informação de forma prática, acessível e eficaz.

É disponibilizado ainda, o acesso a plataforma de Coleção da ABNT, serviço de gerenciamento que proporciona a visualização das Normas Técnicas Brasileiras (NBR). As plataformas são disponibilizadas pelo sistema Ulife, gratuitamente, com acesso ilimitado para todos alunos e professores.

Nível de Informatização da Biblioteca



Serviços oferecidos pela Biblioteca



As bibliotecas virtuais têm como missão disponibilizar ao aluno mais uma opção de acesso aos conteúdos necessários para uma formação acadêmica de excelência com um meio eficiente, acompanhando as novas tendências tecnológicas. A IES, dessa forma, estará comprometida com a formação e o desenvolvimento de um cidadão mais crítico e consciente.