

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

2022/1

Última atualização realizada em 01/2024

São Paulo



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

DIRETORIA MANTENEDORA

Conselho de Curadores

Presidente

Celita Procópio de Carvalho

Integrantes

Benjamin Augusto Baracchini Bueno

Octávio Plínio Botelho do Amaral

José Antonio, de Seixas Pereira Neto

Maria Christina Farah Nassif Fioravanti

Diretoria Executiva

Diretor-Presidente

Dr. Antonio Bias Bueno Guillon

CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Diretor Acadêmico

Prof. Rogério Massaro Suriani

Procuradora Institucional

Sheila Aparecida Teodoro

Coordenação de Curso

Prof. Ms. Eric Eroi Messa

NDE

Prof. Ms. Eric Eroi Messa - integral

Prof. Dr. José Roberto D'Elboux - integral

Prof.^a Dra. Karina Bousso - integral

Prof. Dr. Luiz Felipe Cerqueira e Silva Pondé - integral

Prof. Dr. Roberto Bertani - parcial



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Dados Cadastrais do Curso

Denominação	Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Modalidade	Presencial
Titulação	Bacharel
Instituição	Centro Universitário Armando Álvares Penteado
Localização	Rua Alagoas 903, Higienópolis, São Paulo, SP
Coordenador do Curso	Luiz Felipe Cerqueira e Silva Pondé
Coordenador de Habilitação	Eric Eroi Messa
Número de vagas anuais	140
Regime	Semestral
Tempo mínimo de integralização	08 semestres (04 anos) - mínimo
Tempo máximo de integralização	14 semestres (07 anos) - máximo
Carga Horária Total	3240 horas/aula 2700 horas/relógio Composição: 108 horas/aula - Atividades Complementares 324 horas/aula - Práticas Extensionistas 2304 horas/aula - Componentes Curriculares 36 horas/aula - PDCI (Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais) 468 horas/aula - PDCP (Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais)



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

SUMÁRIO

1. Organização Didático-Pedagógica.....	6
1.1 Políticas institucionais no âmbito do curso	6
1.2 Concepção do curso	10
1.3 Objetivos do Curso	14
1.4 Perfil Profissional do Egresso	17
1.5 Requisitos e Formas de Acesso	19
1.5.1 Perfil Desejado do Ingressante	20
1.6 Matriz Curricular	20
1.6.1 Justificativa da Matriz curricular	30
1.6.1.1.O projeto pedagógico Institucional	30
1.6.1.2. O projeto pedagógico Institucional e sua relação com o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda	32
1.6.1.3.Os requisitos legais relacionados às temáticas voltadas à discussão sobre direitos humanos, direito ambiental, sustentabilidade, diversidade, valores democráticos	34
1.7 Ementas / Bibliografias básica e complementar	37
1.8 Estratégias metodológicas	95
1.9 Procedimentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem	99
1.10 Estágio curricular supervisionado	101
1.11 Trabalho de Conclusão de Curso	102
1.12 Atividades do Curso	103
1.12.1 Atividades Complementares	103
1.12.2 Atividades Obrigatórias	105
1.12.3 Programa de Monitoria	105
1.12.4 Iniciação Científica	105
1.12.5 CoLAB – Agência Experimental	109
1.12.6 Atividades de Extensão	109
1.13 Apoio ao Discente	111
1.13.1 Apoio Acadêmico ao aluno Portador de Necessidades Especiais (PNE).....	114



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.14	Tecnologias da Informação e da Comunicação – TIC – no processo de ensino e aprendizagem	116
1.15	Equipe multidisciplinar e material didático instrucional	119
1.16	Convênios e parcerias	124
2.	Corpo Social e tutorial	126
2.1	Coordenação de Curso	126
2.2	Atuação do Coordenador	126
2.3	Núcleo docente estruturante - NDE	127
2.4	Funcionamento do colegiado de curso ou equivalente	129
2.5	Perfil Docente	130
3.	Infraestrutura	132
3.1	Espaço Físico	132
3.1.1	Espaço de trabalho para docentes em tempo integral	133
3.1.2	Espaço de trabalho para o coordenador	133
3.1.3	Sala coletiva de professores	134
3.1.4	Salas de aula	134
3.2	Acesso dos alunos a equipamentos de informática	134
3.3	Laboratórios	135
3.3.1	Laboratórios de Formação Específica	135
3.4	Biblioteca	142
3.4.1	Formas de Atualização e Expansão do Acervo	142
3.4.2	Horário de Funcionamento	144
3.4.3	Serviços Oferecidos	144
4.	Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa	147
	Referências Bibliográficas	149
	Anexos	153



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1. Organização Didático-Pedagógica

1.1 Políticas institucionais no âmbito do curso

A missão do Centro Universitário Armando Álvares Penteado é a de “promover o ensino, a iniciação à pesquisa e a extensão, formando profissionais altamente preparados, com pensamento artístico, capacidade crítica de suas ações e consciência de suas responsabilidades para com as organizações e para com a sociedade, de modo a contribuir para o desenvolvimento econômico e social do país”.

No cumprimento de sua Missão, a Instituição tem procurado cultivar os seguintes valores:

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

A visão da Instituição é a de que ela deverá estar entre as melhores Instituições de Ensino Superior – IES e de referência do país. Os profissionais formados estarão aptos a ocupar as mais destacadas posições em seu campo de formação, no Brasil e no exterior, na qualidade de líderes conhecidos e respeitados no mercado de trabalho e de empreendedores altamente qualificados.

O curso teve início em 1967, não de forma autônoma, mas em conjunto com a área de Artes Plásticas, com um currículo de cursos livres e disciplinas ligadas às áreas de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda.

Pelo Parecer nº 913/81, foi dado o voto favorável à aprovação da conversão do Curso de Comunicação Social, nos termos da Resolução nº 3/78 C.E.Su., que reformulou o currículo e as habilitações do referido curso.

O Curso de Comunicação Social, já reconhecido, abrigava, na época, as habilitações em jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, além do polivalente. As



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

habilitações em jornalismo e polivalente foram desativadas a partir de 1976 (Parecer nº 41/76) e, com a implantação da nova organização do curso, entraram as habilitações em cinema e em rádio e televisão.

Pela Portaria nº 343 de 31/07/84, tendo em vista o Parecer 913/81, foi autorizada a conversão, em regime de reconhecimento, do Curso de Comunicação Social, com as duas novas habilitações, cinema e rádio e televisão.

Hoje, o Curso de Comunicação Social atua com três habilitações – Rádio e Televisão, Publicidade e Propaganda e Cinema, sendo que os últimos atos autorizativos foram, respectivamente: - habilitação Rádio e Televisão – Portaria SERES nº 537 de 23 de setembro de 2016; - habilitação Cinema – Portaria SERES nº 743, de 25 de novembro de 2016; e - habilitação Publicidade e Propaganda – Portaria SERES nº 629 de 23 de julho de 2017.

O Curso de Comunicação Social está fundamentado no Parecer CNE/CES 492/2001 de 4/2/2001, publicado no Diário Oficial da União em 9/7/2001, seção 1e, p. 50, e que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia; e de acordo com a Resolução n. 2, de 18 de junho de 2007¹, que instituiu a carga horária mínima de 2.700 horas e limite mínimo de integralização de 3,5 ou 4 anos.

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

Os temas geradores do processo de construção da proposta pedagógica institucional foram objeto de estudo e de debates em diferentes instâncias, tais como: Núcleo Docente Estruturante (NDE) e Colegiado de Curso, grupos de profissionais que atuam nos diferentes setores administrativos e de apoio acadêmico; representantes dos alunos egressos e membros da sociedade civil.

Essa construção coletiva resultou nos parâmetros para a elaboração do Projeto Pedagógico Institucional, orientador do Projeto Pedagógico dos Cursos, além de ser o

¹ Resolução CNE/CES 2/2007. Diário Oficial da União, Brasília, 19 de junho de 2007, Seção 1, p. 6. Republicada no DOU de 17/09/2007, Seção 1, pág. 23, por ter saído no DOU de 19/06/2007, Seção 1, pág. 6, com incorreção no original.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

articulador das muitas ações educativas que extrapolam os limites geográficos da sala de aula, perpassam o campus universitário e se prolongam para os diferentes cenários sociais do entorno e para organizações do mercado profissional nacional e internacional.

Dessa forma, o Projeto Pedagógico Institucional emergiu da própria identidade e da história da Instituição e foi delineado considerando os diferentes seres, saberes e fazeres que já existiam na IES. O fato de o Centro Universitário Armando Álvares Penteado ter, em sua origem, cinco faculdades, permitiu que a integração vivenciada em 2018 agregasse o que de melhor cada uma delas realizava, favorecendo a construção da proposta pedagógica para o Centro Universitário efetivamente multi, inter e transdisciplinar e propiciando a integração de diferentes áreas do conhecimento por meio de projetos e ações educativas de dimensão integradora.

A Instituição caracteriza-se por ser um oceano de infinitas possibilidades formativas que integram diferentes atividades, projetos, ações de ensino da Graduação, Pós-Graduação e Extensão, bem como pelo relacionamento harmônico da comunidade acadêmica, facilitando a implementação e a execução de modelos administrativos e práticas pedagógicas.

No âmbito do curso, as políticas de ensino, extensão e pós-graduação podem ser explicitadas da seguinte maneira:

● Políticas de Ensino do Centro Universitário Armando Álvares Penteado

- formação do profissional inserido na sociedade global;
- formação humanista;
- produção de um ensino de excelência;
- compromisso com as inovações tecnológicas;
- respeito às diversidades sociais, políticas, econômicas e religiosas;
- preocupação com a interdisciplinaridade;
- ênfase no pluralismo metodológico; e
- desenvolvimento do senso ético de responsabilidade social necessário ao

exercício profissional.

● Políticas de Extensão

-oferecer serviços culturais, artísticos e educacionais à comunidade acadêmica e à cidade de São Paulo;



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

-estabelecer parcerias com órgãos públicos, empresas privadas, instituições de ensino e organizações do terceiro setor, que possam ser de interesse da comunidade em geral e que possam resultar em desenvolvimento econômico da comunidade;

-proporcionar aos alunos a oportunidade de alinhamento, atualização ou especialização na sua formação, com base nos princípios da Formação ao Longo da Vida ou formação continuada.

• Políticas de Pós-Graduação

- integração dos modelos pedagógicos e dos princípios teórico-metodológicos dos cursos de Graduação com os cursos de Pós-Graduação lato sensu de modo a oferecer ao aluno oportunidade de continuidade da sua trajetória formativa e com base no conceito de Educação ao Longo da Vida – *Lifelong Learning*;

- articulação com a coordenação dos cursos de Graduação constituindo uma gestão participativa e colaborativa com a coordenação de Pós-Graduação e Extensão, garantindo os princípios pedagógicos e dimensão coerente de uma formação profissional cujo início está na Graduação;

- avaliação constante dos cursos ofertados com base nos resultados da CPA, na interlocução com a coordenação dos cursos de Graduação e com os alunos egressos para atualização e melhorias;

- processo avaliativo contínuo e transparente para garantir a excelência, a qualidade e atender às expectativas dos alunos, facilitando seu ingresso e a permanência no mercado de trabalho;

- desenvolvimento de Projetos Pedagógicos de Curso de Pós-Graduação lato sensu diferenciados e inovadores, que se destaquem, pela qualidade e pela excelência, dos demais cursos disponíveis em outras IES;

- pesquisa de mercado e ações com personalidades profissionais que orientem a criação de novos cursos alinhados às tendências nacionais e internacionais;

- envolvimento do corpo docente da Instituição na elaboração e na participação nos projetos pedagógicos dos cursos de Pós-Graduação lato sensu, privilegiando-os na composição do quadro acadêmico e na coordenação técnica;

- mapeamento do mercado e identificação de tendências e novas competências na formação de profissionais no nível da especialização;



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- agilidade nos processos de criação de cursos e de sua oferta, a fim de atender, com agilidade e fluidez, às demandas constantes do mercado; e
- inserção de situações de aprendizagem mediadas por tecnologias e com participação de profissionais renomados do mercado nacional e internacional.

O alinhamento entre as políticas de ensino, extensão e pós-graduação já existe e pode ser percebido tanto pelos alunos e egressos da Instituição quanto por docentes que transitam pelos cursos oferecidos. Neste sentido, as políticas de ensino cuidam da formação teórica e humanística e profissional dos alunos presentes nos cursos de graduação sendo complementadas pelas políticas de extensão que aproximam o aluno da comunidade e das empresas, profissionais referências e órgãos públicos da região.

As políticas de Pós-Graduação permitem desenvolver ações de formação continuada, pois os docentes e coordenadores de curso dialogam e transitam pelos diversos ambientes acadêmicos da Instituição de forma a sugerir novos cursos que possam complementar o percurso formativo do aluno.

Especificamente em relação ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, as políticas institucionais se relacionam e dialogam com o curso, na medida em que tanto professores quanto a própria coordenação da habilitação em Publicidade e Propaganda também estão envolvidos em cursos de pós-graduação.

1.2 Concepção do curso

A concepção do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda fundamenta-se nos valores expressos no Plano de Desenvolvimento Institucional do Centro Universitário Armando Álvares Penteado, contemplando os princípios pedagógicos contidos em seu PPI. Para entendimento do presente projeto pedagógico, faz-se necessária uma contextualização da Instituição, sua trajetória e recente processo de unificação de mantidas e transformação de organização acadêmica.

A história do Centro Universitário Armando Álvares Penteado se confunde com a origem da família do empresário e mecenas Armando Álvares Penteado. Seu espírito e atuação vanguardistas foram direcionados pela identificação com as áreas de artes e ciências,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

seus anos de estudos na Europa e por suas constantes temporadas de convivência e participação no meio artístico e cultural progressista parisiense.

Ao falecer, em 1947, Armando Álvares Penteado deixou, em testamento, o delineamento da Fundação com a determinação de que fosse construída uma Escola de Bellas Artes, compreendendo Pintura, Escultura, Decoração e Arquitetura, com uma Pinacoteca. É nesse mesmo local, no bairro de Higienópolis em São Paulo, que hoje, ainda se encontram não só os prédios do Centro Universitário, mas também o Museu de Arte Brasileira – MAB e o Teatro FAAP.

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

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

A FAAP valoriza a integração com a sociedade e com as empresas a fim de impulsionar o desenvolvimento profissional dos alunos e favorecer a sua imediata inserção no universo profissional. A administração, em todos os níveis, distingue-se pela sua integridade e compromisso com a educação de qualidade e com os valores éticos universais. A trajetória da Instituição e a forma como ela se coloca na sociedade brasileira definem sua posição como um centro de ensino de excelência dentre as demais Instituições de Ensino Superior do país.

Cabe destacar que, desde sua formação, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado” cresceu buscando estar na vanguarda e atender às demandas de um mercado exigente e em constante transformação, acompanhando, de maneira exemplar, as modificações sociais que ocorreram no país e no mundo. As práticas educativas, que sempre acompanham as inovações pedagógicas e tecnológicas, e a formação cultural, social dos



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

alunos de modo a cunhar uma identidade em acordo com a missão, visão e valores institucionais.

Em 2018, a FAAP protocolou junto ao Ministério da Educação o processo de unificação das mantidas, pois a antiga organização institucional definida por Faculdades respondia a uma visão especializada e segmentada da ciência e do conhecimento e que a partir do crescimento da dimensão sistêmica dos saberes e da própria ciência, a segmentação deu lugar à integração e à diversidade.

Em 2019, a Instituição obteve seu credenciamento para a oferta de cursos na modalidade a distância com o objetivo de acompanhar as transformações da contemporaneidade, manter-se de forma diferenciada no cenário do ensino superior brasileiro e legitimar o trabalho realizado por professores e alunos com relação uso de tecnologias educacionais.

A partir da unificação, a comunidade acadêmica, como um todo, iniciou a construção da identidade institucional, compartilhando pensamentos, práticas e processos de forma estratégica para que as ações acadêmicas pudessem ocorrerem de forma colaborativa, definindo a construção de um processo mais ágil e sistêmico que respondessem aos desafios da nova estrutura.

O processo de unificação também deu força a uma aspiração antiga da instituição que era a transformação de sua organização acadêmica para Centro Universitário, concretizada no ano de 2021, tendo como princípio o respeito à sua identidade, construída ao longo de mais de 50 anos de história de atuação na Educação Superior, especialmente vinculada às artes, à cultura, às humanidades e ao vanguardismo.

Inserido em uma das maiores metrópoles mundiais e também da América Latina, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado está localizado no bairro de Higienópolis e possui uma infraestrutura bem planejada e composta por 05 (cinco) prédios que comportam todos os cursos e atividades oferecidas pela Instituição. A localização da Instituição é estratégica, com uma futura estação de metrô contígua à instituição e a proximidade com a região da Avenida Paulista, considerada um grande centro comercial de São Paulo.

Apesar de a sede da Instituição estar localizada na cidade de São Paulo, a IES possui uma inserção nacional e internacional. Sua influência nacional dá-se por meio dos cursos *in company*, treinamentos e capacitações oferecidos pela Instituição. Nesse sentido, já



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

possibilitou a formação de diversos gestores e profissionais atuantes no setor público e na área de negócios, bem como a difusão da cultura chinesa em atividades realizadas em parceria com o Instituto Confúcio. Além disso, a FAAP possui uma unidade na cidade de Ribeirão Preto, onde fica localizado o Colégio FAAP, no qual são ofertados cursos de Extensão e Pós-Graduação, e dois escritórios, localizados nas cidades de São José dos Campos, onde também há oferta de cursos de Pós-Graduação, e em Brasília. Estes atuam no relacionamento regional, na realização de parcerias e na divulgação dos cursos oferecidos pela Instituição.

O centro Universitário Armando Álvares Penteado também pode ser considerado uma Instituição com projeção internacional, na medida em que possui um estreito relacionamento e parcerias com diversas instituições globais, realizando missões internacionais, visitas, cursos e programas de formação em parceria e também sendo uma referência para alunos que escolhem o Brasil para seu programa de internacionalização.

É diante desse cenário que o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda alcança o atual cenário do mercado publicitário do Brasil e do mundo. Em São Paulo, segundo o Censo 2020 realizado pelo INEP, houve 382.664 matrículas no ensino médio. Este número dá uma visão do público que está por vir no ensino superior.

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

A profissão foi regulamentada em 1965 pela Lei 4680² e desde então o mercado de trabalho expandiu bastante. Além de trabalhar em agência de publicidade ou no departamento de marketing das empresas, o profissional de publicidade e propaganda pode hoje trabalhar

² LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

também em agências digitais, consultorias de branding e tendências, startups da área de comunicação etc.

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

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

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

A Instituição adotou uma filosofia educacional fundamentada no trabalho e pensamento estratégico, inovador e empreendedor, liderando e estimulando, de forma ética, as pessoas para vencerem desafios. Assim, o curso se difere de outras instituições a partir de sua matriz curricular que contempla tanto componentes curriculares com foco humanístico, para a formação crítica, como os componentes voltados para a aplicação no mercado.

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.3 Objetivos do Curso

Os objetivos do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda foram definidos a partir da análise do perfil institucional e profissional do egresso, de forma a propor um percurso formativo coerente e que pudesse auxiliar no desenvolvimento das competências e habilidades propostas aos futuros profissionais. Assim, a coordenação e o Núcleo Docente Estruturante partem do perfil do egresso (ou de seus múltiplos perfis) para então determinar os objetivos, ações e estratégias que estarão presentes ao longo do curso.

Neste sentido, o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda tem como foco o desenvolvimento de competências que garantam ao discente o conhecimento teórico e todo o instrumental técnico, específico para o futuro exercício da sua condição de agente no mercado publicitário.

O curso deve garantir instrumentos técnicos específicos para o futuro exercício da condição de agente da comunicação social no mercado que lhe compete, com o maior sucesso possível, por outro lado, deve priorizar a relação entre formação (Paideia) e informação, no sentido de, como afirma a tradição dialética, privilegiar o momento negativo, aquele que busca por meio da crítica reflexiva revelar os meandros da produção do pensamento, e, portanto, das “tramas conceituais” que estruturam a sociedade, a história e os indivíduos em geral. Evidentemente que faz parte desse processo a identificação dos mecanismos de produção de valores morais e de critérios de verdade no seio da cultura contemporânea.

Assim, a instrumentalização do aluno ocorre de maneira sistemática e orientada, e a relação entre disciplinas teóricas e práticas fica mais evidenciada ao longo do curso. Isso também permite a abordagem de temáticas contemporâneas importantes como movimentos sociais e políticos, políticas públicas, direitos humanos, sociais, políticos e econômicos, cidadania, sustentabilidade, movimentos estéticos, entre muitos outros.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Objetivos Gerais:

- formar profissionais e especialistas de nível superior; incentivar a pesquisa e atividades de produção de conhecimento;
- estender o ensino e a pesquisa à comunidade, mediante cursos, palestras e atividades especiais;
- dominar conceitos de ciências sociais e de teoria da comunicação para elaborar análises críticas sobre a realidade contemporânea;
- relacionar os conceitos teóricos aprendidos com a realidade da comunicação e do mercado;
- estimular o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- permitir o conhecimento dos problemas mundiais, em particular os nacionais e regionais, para interagir com a comunidade;
- desenvolver princípios éticos e políticos.

Objetivos Específicos

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

Primeiro ano (1º e 2º semestres)

- Definir os fundamentos da linguagem da Comunicação.
- Compreender os fundamentos teóricos e práticos que compõem as áreas de Publicidade e Marketing.
- Assimilar conceitos relacionados à gestão e criação de campanhas de comunicação.
- Conhecer as técnicas básicas para produções fotográficas e audiovisuais.
- Interpretar os fundamentos que compõem as áreas de Mídia e Pesquisa.
- Explicar os principais elementos visuais e gráficos para a composição de uma peça publicitária.
- Conhecer os princípios do meio digital.
- Identificar os conceitos básicos do Marketing Social para a produção de uma campanha publicitária destinada ao Terceiro Setor.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Segundo ano (3º e 4º semestres)

- Desenvolver estratégias de marketing para produtos e serviços.
- Conhecer os gêneros, estilos e formas de textos e arte aplicados a produtos e serviços.
- Construir e interpretar os dados de uma pesquisa de marketing.
- Dominar e aplicar as técnicas de produção de peças audiovisuais e fotográficas.
- Identificar elementos que atuam sobre as dinâmicas de consumo.
- Criar e elaborar estratégias para ações e campanhas de ativação.
- Inteirar-se sobre as principais características da área de marketing promocional assim como da área de *Trade*.

Terceiro ano (5º e 6º semestres)

- Compreender e analisar dados digitais para a gestão empresarial e de marketing.
- Elaborar um plano estratégico de Marketing Digital.
- Assimilar e respeitar princípios da ética profissional.
- Elaborar e aplicar pesquisas de mídia.
- Realizar um diagnóstico da imagem de uma marca e reconhecer a importância do *Branding*.
- Solucionar problemas relacionados à reputação de marca.
- Desenvolver estratégias criativas para execução de um plano de comunicação de *Branded Content*.

Quarto ano (7º e 8º semestres)

- Elaborar e desenvolver um plano de negócios de comunicação.
- Elaborar diagnósticos e buscar *insights* da área de comunicação.
- Produzir material visual para diversas mídias.
- Implementar campanhas publicitárias.
- Dominar a visão global e integrada do processo da comunicação.
- Distinguir os princípios de uma “Comunicação Integrada”.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- Planejar e elaborar projetos de comunicação e marketing.

1.4 Perfil Profissional do Egresso

Em termos gerais, cada um dos cursos oferecidos pelo Centro Universitário procura caracterizar o seu egresso como um profissional que, na perspectiva de participação colaborativa, tenha um domínio técnico de sua área e, ao mesmo tempo, seja um profissional generalista, empreendedor e com sólida visão social, capaz de gerir do pequeno ao grande negócio.

Assim, Instituição propõe-se a formar profissionais com perfil empreendedor e com capacidade de responder às demandas de uma sociedade cada vez mais dinâmica, tecnológica e globalizada, contribuindo para a promoção de valores humanistas, o respeito pela diversidade, o desenvolvimento socioeconômico sustentável do país e sua inserção no cenário internacional.

Tendo em vista o perfil institucional vinculado às artes, à cultura, às humanidades e ao vanguardismo, o Centro Universitário Armando Alvares Penteado entende que devem ser observadas as seguintes competências e habilidades gerais para todos os cursos:

- reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- refletir e atuar criticamente sobre a sua esfera profissional, compreendendo sua posição e função nas estruturas organizacional e social;
- ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política, constante interesse no aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- desenvolver a capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional flexível;
- desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos; e
- desenvolver capacidade para realizar consultoria, elaborar pareceres, realizar perícias.

A essas habilidades e competências intelectuais e técnicas devem corresponder também uma nova postura ética, que o recoloca nos centros de produção de conhecimento e decisão, tanto na área pública quanto na área privada, como cidadão responsável e consciente das novas demandas nacionais e internacionais.

Ao perfil institucional do egresso, somam-se as seguintes competências e habilidades específicas do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda:

- sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
- sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.
- utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.
- conhecer e dominar estratégias e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
- traduzir em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- executar o planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de identidade corporativa e de assessoria publicitária de informação, bem como ações voltadas para o terceiro setor, *branded content*, marketing de influência, branding, reputação de marca etc.

1.5 Requisitos e Formas de Acesso

O ingresso dos alunos é realizado por Processo Seletivo, sendo efetivado por diferentes modalidades:

- Avaliação Tradicional: As provas são realizadas no segundo semestre do ano para ingressantes em fevereiro, e no primeiro semestre para ingressantes em agosto.
- Avaliação Antecipada: Destinada aos alunos que estão cursando o 3º ano do Ensino Médio, garantindo vaga para o ano seguinte.
- Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM): Os alunos podem ingressar de acordo com a inscrição e pontuação no ENEM.
- International Baccalaureate (IB), ABITUR e Diplômê Du Baccalauréat (BAC): Mediante obtenção de pontuação mínima nas respectivas certificações, carta motivadora/*personal statement* e demais requisitos correspondentes listados no edital do Processo Seletivo escolhido.
- Transferência: O processo de transferência ocorre no final de janeiro para o preenchimento de vagas remanescentes de fevereiro, e no final de julho para preenchimento de vagas remanescentes de agosto nas seguintes situações:
 - Aproveitamento de estudos – destinado aos portadores de Diploma de Curso Superior ou àqueles que tenham interrompido seus estudos no Ensino Superior;
 - Transferência externa – destinado aos alunos de outras instituições interessados em fazer transferência para o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, mediante análise de disciplinas cursadas.
 - Transferência *ex-officio* – se opera independentemente da época e disponibilidade de vaga, sendo assegurada aos servidores públicos federal e seus dependentes transferidos, na forma da legislação específica (Lei nº 9.536/97) e art. 49,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

parágrafo único da Lei nº 9.394/96.

O processo seletivo de ingresso é precedido de edital divulgado na Instituição (de forma presencial) ou no site oficial, obedecendo a critérios e normas de seleção e admissão que levam em conta os currículos do Ensino Fundamental e Médio.

1.5.1 Perfil Desejado do Ingressante

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

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

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

- capacidade de leitura e compreensão de textos;
- capacidade de produção de textos adequados às diferentes necessidades e circunstâncias, fazendo uso de recursos expressivos e retóricos, tais como coerência, clareza, precisão lexical e argumentação exaustiva;
- habilidade de análise, síntese e crítica; e
- percepção do conhecimento e do processo de aprendizado não só como instrumentos úteis para o mercado de trabalho, mas principalmente como valores básicos para compreensão da comunidade em que vive.

1.6 Matriz Curricular

A organização curricular definida para o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda está em consonância com a legislação específica, ou seja, o



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

último ato autorizativo: a Portaria SERES nº 629, de 23 de julho de 2017. A Resolução CNE/CES nº 2, de 18 de junho de 2007, orienta uma carga horária total de 2.700 horas-relógio integralizadas em, no mínimo, 7 ou 8 semestres. O curso segue o regime modular semestral, com diplomação de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e conta com materiais didáticos desenvolvidos especificamente para o curso, considerando a acessibilidade metodológica, de maneira a atender às necessidades de todos os estudantes. Sendo assim, o Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda está estruturado em regime semestral, com duração mínima de oito semestres. A Estrutura Curricular do Curso, tendo presente a legislação pertinente, está fundamentada na: missão do curso; nos seus objetivos; e no perfil do egresso.

As disciplinas são agrupadas, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais expressas na Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002, e no Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, em campos interligados de conhecimento e que abrangem conteúdos de formação básica e de formação específica.

Os conteúdos básicos são:

caracterizadores da formação geral da área devendo atravessar a formação dos graduandos de todas as habilitações. Envolve tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela habilitação específica (Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, p. 23).

Os conteúdos específicos foram definidos pelo Núcleo Docente Estruturante e aprovados nos órgãos colegiados competentes e tiveram por objetivo “favorecer reflexões e práticas no campo da Comunicação, como para incentivar reflexões e práticas da habilitação em Publicidade e Propaganda” (Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, p. 23).

Trata-se de um curso sedimentado na contínua avaliação, no acompanhamento das discussões sobre as Diretrizes Curriculares e na reflexão sobre o contexto educacional do país, a fim de propiciar aos estudantes conhecimentos, habilidades e perfil profissional que permitam sua inserção diferenciada no mundo do trabalho.

A estrutura curricular, dividida em módulos, baseia-se na Lei de Diretrizes e Bases da Educação – Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e nas legislações expedidas pelo MEC,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

em especial, no Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017, na Portaria Normativa nº 11, de 20 de junho de 2017, e no Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017, que permite a oferta de disciplinas na modalidade a distância.

Além das disciplinas regulares, a matriz curricular do curso prevê curricularização da extensão e também Atividades Complementares de 108 h/a, que têm o caráter de estudos transversais e interdisciplinares para o enriquecimento do repertório e do perfil do formado

Estas últimas acentuam a importância do envolvimento dos estudantes de graduação com as questões mais abrangentes da sociedade, sejam políticas, culturais ou científicas, contribuindo para sua formação global. Elas são apresentadas sob múltiplos formatos (palestras, encontros, oficinas, visitas técnicas etc.) e, com seu desenvolvimento, busca-se, fundamentalmente, complementar e enriquecer a matriz curricular.

Com o intuito de propor uma estrutura curricular que estimule a autonomia intelectual, a capacidade analítica dos estudantes e mecanismos de familiarização com a modalidade a distância, além das disciplinas regulares do curso, os alunos têm acesso à ambientação em educação a distância. Trata-se de uma atividade com o objetivo de familiarizá-los não só com a modalidade de ensino a distância, mas também com o uso das ferramentas que o AVA dispõe para o desenvolvimento de algumas das disciplinas do curso e para garantir a interação com a tutoria. Essa ambientação propicia ao aluno a reflexão tanto sobre as especificidades dessa modalidade de ensino e de aprendizagem quanto sobre o papel do aluno, de maneira a desempenhar as especificidades da modalidade. A ambientação em educação a distância prevê, também, a capacitação para o uso das ferramentas do ambiente virtual de aprendizagem.

A dinâmica da estrutura curricular se faz necessária para o atendimento, semestre a semestre, dos objetivos do curso, partindo-se das seguintes premissas:

- perfil do egresso;
- demandas locais e regionais, que deverão ser captadas por meio: do conselho consultivo formado por ex-alunos; da Associação dos Antigos Alunos; e pelo NDE;
- parâmetros legais: adequação curricular na medida em que o Projeto Pedagógico do Curso busca adaptar-se permanentemente à realidade político-pedagógica.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

A matriz curricular também contempla a disciplina optativa “Língua Brasileira de Sinais” (LIBRAS), em consonância com o Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

MATRIZ CURRICULAR

Curso: Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Fundamentação Legal: Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002, e no Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001.

COMPONENTE CURRICULAR - 1º SEMESTRE	CH	Formação	Formato
Antropologia	36	Básica	Teórico
Atendimento e Gestão de Campanha	36	Específica	Teórico
Estatística	36	Básica	Teórico
Fundamentos da Publicidade	36	Específica	Teórico
Fundamentos de Marketing	36	Específica	Teórico
Produção Audiovisual e Sonora	72	Específica	Prático
Produção Fotográfica	36	Específica	Prático
Sociologia	36	Básica	Teórico
Teorias da Comunicação	36	Básica	Teórico
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	0		
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	18	Específica	Prático
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	378		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 2º SEMESTRE	CH	Formação	
		Antiga DCN	Formato
Análise da Imagem	36	Básica	Teórico
Fundamentos da Produção Textual	36	Básica	Teórico
Fundamentos de Mídia	36	Específica	Teórico
Fundamentos de Pesquisa	36	Específica	Teórico
Fundamentos do Meio Digital	36	Específica	Teórico
Marketing Social – 3º setor	36	Específica	Teórico
Produção Gráfica e Digital	36	Específica	Teórico
Projeto Integrado - 3o setor	36	Específica	Prático
Teorias das Mídias	36	Básica	Teórico
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	36	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	18	Específica	Prático
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	378		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 3º SEMESTRE	CH	Formação	
		Antiga DCN	Formato
Sustentabilidade e Comunicação de Marca	36	Específica	Teórico
Criação Publicitária - Produtos e Serviços	72	Específica	Teo/Lab
Estratégias de Marketing de Produtos e Serviços	36	Específica	Teórico
Filosofia	36	Básica	Teórico
Fotografia Publicitária	36	Específica	Prático
Mídia - Pesquisa e Planejamento	36	Específica	Teórico
Projeto integrado - Comunicação de Produto e Serviço	36	Específica	Prático
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	72	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	0		
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	360		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 4º SEMESTRE	CH	Formação	
		Antiga DCN	Formato
Ativação e Trade Marketing	36	Específica	Teórico
Criação Publicitária - Trade e Promo	72	Específica	Teo/Lab
Filme Publicitário	36	Específica	Prático
Pesquisa Aplicada ao Consumidor	36	Específica	Prático
Produção Sonora Aplicada	36	Específica	Prático
Projeto integrado - Trade e Promo	36	Específica	Prático
Psicologia da Comunicação	36	Específica	Teórico
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	72	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	0		
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	360		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 5º SEMESTRE	CH	Formação	
		Antiga DCN	Formato
Reputação Corporativa e Branding	36	Específica	Teórico
Criação Publicitária - Comunicação Institucional	72	Específica	Teo/Lab
Gestão de Dados Digitais - B.I.	36	Específica	Teórico
Governança e Compliance no Marketing	36	Específica	Teórico
Mídia Aplicada	36	Específica	Teórico
Prevenção e Gestão de Crise	36	Específica	Teórico
Projeto integrado - Branding	36	Específica	Prático
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	72	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	0		
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	360		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 6º SEMESTRE	CH	Formação Antiga DCN	Formato
Cenários Sociais do Futuro	36	Básica	Teórico
Criação Publicitária - Branded Content	72	Específica	Teo/Lab
Direito Aplicado na Publicidade	36	Específica	Teórico
Netnografia e UX na Publicidade	36	Específica	Teórico
Planejamento Estratégico de Marketing	36	Específica	Teórico
Projeto integrado - Branded Content	36	Específica	Prático
Storytelling e Transmídia	36	Específica	Teórico
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	72	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	0		
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	360		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 7º SEMESTRE	CH	Formação Antiga DCN	Formato
Empreendedorismo e Viabilidade de Negócios na Publicidade	36	Específica	Teórico
Criação Publicitária - Comunicação Integrada	72	Específica	Teo/Lab
Marketing de Relacionamento e CRM	36	Específica	Teórico
Mensuração e Uso de Dados na Mídia	36	Específica	Teórico
Planejamento de Comunicação Integrada	36	Específica	Teórico
Projeto integrado - Plano de Negócios de Comunicação	36	Específica	Prático
Tendências na Comunicação das Marcas	36	Específica	Teórico
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	72	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	0		
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	360		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

COMPONENTE CURRICULAR - 8º SEMESTRE	CH	Formação Antiga DCN	Formato
TCC - Fundamentação do Projeto	36	Específica	Prático
TCC - Direção de Arte	36	Específica	Prático
TCC - Redação Publicitária	36	Específica	Prático
TCC - Mídia	36	Específica	Prático
TCC - Planejamento de Marketing	36	Específica	Prático
PDCP - Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais	72	Específica	Teórico
PDCI - Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais	0		
CARGA HORÁRIA PARCIAL DO SEMESTRE	252		



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.6.1 Justificativa da Matriz curricular

1.6.1.1. O projeto pedagógico Institucional

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

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

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

No Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, a matriz prevê componentes fixos e flexíveis conforme descrição a seguir:

Componentes Fixos

O desenho do Projeto Pedagógico Institucional prevê disciplinas obrigatórias no currículo que constituirão a linha mestra de sua formação, ou seja, são aqueles componentes curriculares previstos nas Diretrizes Curriculares de cada curso e específicas para o profissional de determinada área, bem como disciplinas que são características do Centro



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Universitário Faap e que desenvolvem competências, habilidades e atitudes alinhadas ao perfil institucional do egresso da Instituição.

Neste sentido, estão previstos dois tipos de componentes curriculares fixos:

- Componentes Curriculares Fixos relacionados às Diretrizes Curriculares Nacionais e à área de formação do aluno: constituem a linha mestra do currículo, em consonância com as Diretrizes Curriculares de cada curso e específicas para o profissional da área do curso.
- Componentes Curriculares Fixos com identidade institucional: são constituídos por disciplinas propostas pelo NDE, relacionados à área de formação do aluno e que diferenciam o curso proposto pela Instituição, no sentido de atender ao perfil institucional do egresso.

Componentes Flexíveis

O projeto pedagógico institucional que orienta os cursos de Graduação propõe que o aluno desenvolva o protagonismo de seu processo de aprendizagem, desenvolva sua autonomia para a escolha de trajetórias de formação e se conscientize da necessidade de aprender a aprender, de forma que a curiosidade, a busca por atualização e formação pessoal e profissional possam ser incorporadas ao longo de sua vida, extrapolando o período de vigência do curso de Graduação.

Neste sentido, foram previstos componentes flexíveis que permitam que o aluno faça escolhas ao longo de sua trajetória e possa optar por disciplinas e experiências de aprendizagem relacionadas ao seu projeto de vida profissional e pessoal, contribuindo para o desenvolvimento da autonomia e livre escolha. É importante destacar que, durante o processo de escolha, os alunos podem contar com o apoio de um professor mentor que auxilia na orientação do percurso e na curadoria das atividades, dos eventos, das disciplinas, entre outros.

São componentes flexíveis previstos na matriz curricular do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda:

- PDCP (Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais): Elenco de disciplinas flexíveis, que podem ser escolhidas pelo aluno, possibilitando trajetórias



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

individualizadas e que contribuem para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à sua formação profissional, de forma complementar.

- PDCI (Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais): Elenco de experiências de aprendizagem, propostas e atualizadas a cada semestre, voltadas para o desenvolvimento de competências e habilidades comportamentais (*soft skills*), novidades em sua área ou campo de formação, permitindo que o aluno tenha diferenciais em seu currículo com atualizações rápidas e com foco na empregabilidade. composto por *workshops*, concursos, desafios, clube de leitura, oficinas, palestras, entre outros.

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

A estrutura curricular foi desenvolvida a partir de reflexões realizadas pelo Núcleo Docente Estruturante, em que foram considerados o perfil desejado do egresso, características e demandas do público discente e o atual cenário e necessidade do mercado publicitário.

Para a matriz curricular do curso, os integrantes do Núcleo Docente Estruturante realizaram uma leitura de todos os semestres do curso com a proposta de refletir sobre os objetivos de cada disciplina e propor *insights* sobre o que se espera do futuro profissional na área de Publicidade e Propaganda. É importante ressaltar que, para todos os ajustes, foi considerada a Diretriz Curricular Nacional do Curso de Comunicação Social, que considera para os conteúdos curriculares a diferenciação entre os Conteúdos Básicos (relacionados tanto à parte comum do curso quanto às diferentes habilitações) e Conteúdos Específicos (eleitos livremente pela Instituição para organizar o currículo, tendo como referências os objetivos e perfis definidos).

O Núcleo Docente Estruturante também observou o projeto pedagógico institucional e, no caso da formação flexível, conforme já descrito anteriormente, para o caso dos componentes curriculares denominados PDCI (Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais), optou-se por designar componentes curriculares mais livres, em que a carga horária é de no máximo de 18h/a; e o foco é trabalhar e desenvolver tanto



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

habilidades sociocomportamentais como habilidades técnicas, mas havendo espaço também para os temas interdisciplinares.

Já para o PDCP (Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais), a proposta do Núcleo Docente Estruturante foi garantir a possibilidade da formação dirigida e personalizada, de acordo com interesses profissionais de cada estudante. Assim, a estrutura curricular contempla uma disciplina PDCP no 2º semestre e duas disciplinas a partir do 3º semestre, para que o aluno possa direcionar sua formação conforme seus interesses.

Entendemos que a atividade do publicitário envolve conhecimentos que têm origem em outros campos da ciência, assim, a abrangência das disciplinas contempladas na matriz curricular busca alcançar todas as frentes de atuação de um publicitário, com a intenção de formar um profissional completo, enquanto o Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais (PDCI) e o Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais (PDCI) garantem que 18% do total de carga horária das disciplinas sejam dedicadas à formação flexível para, assim, alcançarmos um profissional completo e multidisciplinar.

A matriz curricular contempla ainda, a partir do 2º semestre, a disciplina do Projeto Integrado que permite a cada semestre o olhar prático e aplicado daqueles conhecimentos que estão sendo explorados em cada uma das disciplinas do semestre. O Projeto Integrado é um componente essencial para o profissional de publicidade e propaganda pois permite o exercício de diferentes processos de ensino-aprendizagem, como o trabalho de campo, a formação de equipes, o desenvolvimento de um trabalho colaborativo e a vivência de uma situação real de trabalho.

O intuito desta matriz curricular é atender à Diretriz Curricular Nacional que, em linhas gerais, orienta uma formação que seja capaz de contemplar o caráter social/humano, estratégico, criativo, tecnológico, inovador e empreendedor do trabalho publicitário.

1.6.1.3. Os requisitos legais relacionados às temáticas voltadas à discussão sobre direitos humanos, direito ambiental, sustentabilidade, diversidade, valores democráticos

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado, cumprindo sua missão, visão e valores e objetivos já declarados anteriormente, promove diferentes ações institucionais, por



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

meio de seus diversos setores, com temáticas voltadas à discussão sobre direitos humanos, direito ambiental, sustentabilidade, diversidade, valores democráticos, de forma a potencializar a formação de cidadãos crítico-reflexivos, atentos aos problemas sociais e capazes de buscar soluções;

Os valores declarados pela Instituição, quais sejam a excelência acadêmica, o comprometimento com a arte e a cultura, o respeito à cidadania e ao comportamento ético e social, o compromisso com a sociedade e com a qualidade de vida e a visão de futuro centrada na inovação social sustentável, permitiram que a FAAP tivesse, em seu horizonte, a necessidade de incluir temas que pudessem auxiliar na formulação de respostas aos problemas sistêmicos da contemporaneidade.

Desta forma, há um cuidado com o atendimento aos requisitos legais instituídos por meio:

- do Decreto nº 4.281, de 23 de junho de 2002, que regulamenta a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental;
- da Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana;
- da Lei nº 11.645/2008, de 10 de março de 2008, que torna obrigatório o estudo da história e cultura afro-brasileira e indígena;
- do Parecer nº 03, 10 de março de 2004, e à Lei nº 11.645/2008, de 10 de março de 2008, que torna obrigatório o estudo da história e cultura afro-brasileira, africana e indígena;
- do Decreto 5.626/2005 que Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras;
- da Resolução CNE nº 1, de 30 de maio de 2012, que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.

Tendo em vista a importância, a relevância dos requisitos legais e a necessidade de garantir sua discussão, estabeleceu-se que sua abordagem deve ser obrigatória e realizada de forma transversal em todos os cursos de Graduação oferecidos na Instituição



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

No curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, os temas aparecem tanto em disciplina do eixo obrigatório do curso, como as disciplinas de Marketing Social – Terceiro Setor, Governança e Compliance no Marketing, Sustentabilidade e Comunicação de Marca Antropologia e Cenários Sociais do Futuro, como também nas propostas realizadas nas disciplinas do Projeto Integrado do 2º ao 7º semestre.

TEMAS TRANSVERSAIS	DISCIPLINA	EMENTA
Direitos Humanos	Antropologia	Escolas e correntes do pensamento antropológico. Conceitos principais da disciplina: cultura, simbolismo, contato intercultural, alteridade, identidade, etnocentrismo, relativismo, raça, racismo e gênero. As relações étnico-raciais no Brasil.
	Marketing Social – Terceiro Setor	Introdução aos fundamentos do marketing para o Terceiro setor. Ética, diversidade, e transparência no Marketing do Terceiro Setor. Conceitos: Marketing Social, Marketing de Causa e Filantropia Empresarial. Aplicação e gestão do marketing para o Terceiro Setor. O Marketing Social e a Comunicação.
	Governança e Compliance no Marketing	Fundamentos de Governança corporativa. Função e objetivo nas empresas. Análise dos principais elementos da ética empresarial. Importância e aplicação do <i>compliance</i> , formas e desafios da sua implementação prática. Sistema de integração com o marketing: produto, serviços, valor com foco em mudanças sociais.
Sustentabilidade	Sustentabilidade e Comunicação de Marca	Sustentabilidade e ESG (Environmental, Social and Governance). A Comunicação da



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

		Sustentabilidade na Reputação da Marca. Comunicação da Sustentabilidade na Era das Causas.
	Projeto Integrado - 3º Setor	Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado no 3º Setor. Um olhar para causas sociais como: proteção ambiental, promoção de igualdade de gênero, combate ao racismo, entre outros.
Diversidade étnico cultural	Antropologia	Escolas e correntes do pensamento antropológico. Conceitos principais da disciplina: cultura, simbolismo, contato intercultural, alteridade, identidade, etnocentrismo, relativismo, raça, racismo e gênero. As relações étnico-raciais no Brasil.
	Marketing Social – Terceiro Setor	Introdução aos fundamentos do marketing para o Terceiro setor. Ética, diversidade, e transparência no Marketing do Terceiro Setor. Conceitos: Marketing Social, Marketing de Causa e Filantropia Empresarial. Aplicação e gestão do marketing para o Terceiro Setor. O Marketing Social e a Comunicação.
	Governança e Compliance no Marketing	Fundamentos de Governança corporativa. Função e objetivo nas empresas. Análise dos principais elementos da ética empresarial. Importância e aplicação do <i>compliance</i> , formas e desafios da sua implementação prática. Sistema de integração com o marketing: produto, serviços, valor com foco em mudanças sociais.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	Cenários Sociais do Futuro	Condições de trabalho e subemprego. Ressentimento e comportamento. A nova configuração das classes sociais. Os novos modelos de produção e a satisfação de uma minoria. As Big Techs e a concentração de riqueza.
Meio Ambiente	Sustentabilidade e Comunicação de Marca	Sustentabilidade e ESG (Environmental, Social and Governance). A Comunicação da Sustentabilidade na Reputação da Marca. Comunicação da Sustentabilidade na Era das Causas.
	Projeto Integrado - 3º Setor	Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado no 3º Setor. Um olhar para causas sociais como: proteção ambiental, promoção de igualdade de gênero, combate ao racismo, entre outros.

Outra possibilidade de desenvolvimento dos alunos nas temáticas relativas aos requisitos legais dá-se por meio da realização das Atividades Complementares e das atividades de PDCI (Programa de Desenvolvimento de Competências Individuais) e PDCP (Programa de Desenvolvimento de Competências Profissionais), previstas em todos os projetos pedagógicos dos cursos de Graduação oferecidos e que possibilitam a participação dos alunos e seu envolvimento com temas e abordagens contemporâneas por meio de atividades de cunho acadêmico, científicas e culturais. Tais atividades podem ser realizadas em diversos formatos: palestras, oficinas, visitas técnicas, monitorias, exposições de arte e visitas a museus, cursos extracurriculares, congressos, seminários, simpósios e outros

Os alunos podem cursar a disciplina "LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais", prevista como componente curricular na modalidade de Disciplina Optativa, com carga horária de 36 h/a, conforme preceitua o Decreto acima, na busca do atendimento a necessidades especiais.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Além da aplicação nos projetos de Graduação, a Instituição e seus diversos setores também incentivam e promovem atividades de educação, lazer, cultura e cidadania, assim como ações de conscientização ligadas à preservação do patrimônio histórico e arquitetônico. Todas essas atividades realizadas de forma extracurricular fortalecem o processo formativo dos alunos da Instituição e também da comunidade, na medida em que muitas atividades podem ser realizadas com a inscrição de pessoas externas.

1.7 Ementas / Bibliografias básica e complementar

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

1º Semestre

ANTROPOLOGIA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Escolas e correntes do pensamento antropológico. Conceitos principais da disciplina: cultura, simbolismo, contato intercultural, alteridade, identidade, etnocentrismo, relativismo, raça, racismo e gênero. As relações étnico-raciais no Brasil.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
CUCHE, Denys. A noção de cultura nas ciências sociais . 2. ed. Bauru: EDUSC, 2002.		DAMATTA, Roberto. Relativizando . Uma introdução à Antropologia Social. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.). Um enigma chamado Brasil: 29 intérpretes e um país . São Paulo: Cia das Letras, 2009.		GARCÍA CANCLINI, Néstor. Leitores, espectadores e internautas . São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2008.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>LAPLANTINE, François. Aprender antropologia. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.</p>	<p>GEERTZ, Clifford. Nova luz sobre a Antropologia. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.</p> <p>HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.</p> <p>SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn (Org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, c2000.</p>
---	---

ATENDIMENTO E GESTÃO DE CAMPANHA		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Perfil do profissional de atendimento nas empresas de comunicação. Relacionamento com clientes. Técnicas de negociação. Posicionamento e decisões na área de atendimento. Gestão de projetos e campanhas na área de atendimento. Apresentação de campanhas e projeto ao cliente.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>FISHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. Como chegar ao sim: como negociar acordos sem fazer concessões. 3. ed., rev. e atual. Rio de Janeiro: Solomon, 2014.</p>	<p>ALMEIDA, Sérgio. Ah eu não acredito: como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.</p> <p>BUDD, C. S.; COOPER, M. A Project Management Approach to Increasing Agency Margins. Journal of Promotion Management,</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>LIMA, Agnaldo. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão do relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>MARTINS, Zeca. Propagando é isso aí!: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Saraiva, 2010.</p>	<p>[s. l.], v. 11, n. 1, p. 29–49, 2004. DOI 10.1300/J057v11n01_03. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=78692827-1b9e-4956-a9be-1b795870c652%40redis</p> <p>HUILING DING; XIN DING. Project Management, Critical Praxis, and Process-Oriented Approach to Teamwork. Business Communication Quarterly, [s. l.], v. 71, n. 4, p. 456–471, 2008. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=78692827-1b9e-4956-a9be-1b795870c652%40redis</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Excelência em atendimento ao cliente: atendimento e serviço ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo. São Paulo: M. Books do Brasil, c2012.</p> <p>MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar idéias em resultados. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.</p>
---	---

ESTATÍSTICA

Carga Horária: 36 h/a



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Ementa: Organização e Resumo de Dados. Correlação e Regressão Linear. Amostragem. Probabilidade. Distribuições de Probabilidades. Estimção. Testes de Hipóteses. Estatística no Excel.

Bibliografia Básica:

FÁVERO, Luiz Paulo. **Análise de dados:** modelagem multivariada para tomada de decisões. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BRUNI, Adriano Leal. **Estatística Aplicada à Gestão Empresarial.** 4ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MORETTIN, Pedro A.; BUSSAB, Wilton de Oliveira. **Estatística básica.** 6. ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2010.

Bibliografia Complementar:

ANDERSON, David Ray et al. **Estatística aplicada a administração e economia.** São Paulo: Cengage, c2019.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais.** 9. ed. Florianópolis: UFSC, 2012.

TRIOLA, Mário F. **Introdução à Estatística.** Rio de Janeiro: LTC, 2005.

PINHEIRO, João Ismael D. et al. **Estatística básica:** a arte de trabalhar com dados. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2009.

WALPOLE, Ronald E. et al. **Probabilidade & estatística:** para engenharia e ciências. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

FUNDAMENTOS DA PUBLICIDADE

Carga Horária: 36 h/a

Ementa: Os diversos setores de empresas de comunicação. Diferenças entre a Publicidade e o Marketing. As agências de publicidade no mercado atual. Principais



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

funções administrativas e áreas dentro de agências de publicidade. Tendências no mercado de trabalho publicitário.

Bibliografia Básica:

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade: a verdadeira alma do negócio.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Org.) **Hiperpublicidade: atividades e tendências.** São Paulo: Thomson Learning, 2008.

PIMENTA, Daniel. **Como ingressar no mercado publicitário: para estudantes e interessados em trabalhar em agências de propaganda.** São Caetano do Sul: Difusão, Rio de Janeiro: Senac, 2011.

Bibliografia Complementar:

AAKER, David A.; BATRA, Rajeev; MYERS, John G. **Advertising management.** 4. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1992.

BONA, Nivea Canalli. **Publicidade e propaganda: da agência à campanha.** Curitiba: Ibpex, 2007.

BRIGHT, L. F.; SCHAU, H. J. Pop-Up Special Section Introduction: Advertising and COVID-19—Examining the Impacts of the Pandemic on Agencies, Consumers, and Brands. **Journal of Advertising**, [s. l.], v. 50, n. 3, p. 217–220, 2021. DOI 10.1080/00913367.2021.1933657. <https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=01ca028b-462c-42bb-b9fc-54c485dcf394%40redis>

DE GREGORIO, F.; WINDELS, K. Are Advertising Agency Creatives More Creative Than Anyone Else? An Exploratory Test of Competing Predictions. **Journal of Advertising**, [s. l.], v. 50, n. 2,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>p. 207–216, 2021. DOI 10.1080/00913367.2020.1799268. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=01ca028b-462c-42bb-b9fc-54c485dcf394%40redis</p> <p>MILLER, C. J. <i>et al.</i> Advertising, incentives, and the upsell: how advertising differentially moderates customer- vs. retailer-directed price incentives' impact on consumers' preferences for premium products. Journal of the Academy of Marketing Science, [s. l.], v. 49, n. 6, p. 1043–1064, 2021. DOI 10.1007/s11747-021-00791-1. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=01ca028b-462c-42bb-b9fc-54c485dcf394%40redis</p>
--	---

FUNDAMENTOS DE MARKETING		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceito de Marketing, histórico, evolução e aplicações. Ambiente do marketing. Sistema de Informação. Composto mercadológico. Visão moderna, estratégica, com responsabilidade social.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing . 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.	LENDERMAN, Max. Admirável marketing novo : como a pirataria, a pobreza e os oligarcas estão reinventando o marketing. Rio de Janeiro: BestSeller, 2010.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>AJZENTAL, Alberto. HPM: história do pensamento em marketing. São Paulo: Saraiva, 2010.</p> <p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 5.0: tecnologia para humanidade. Rio de Janeiro: sextante, 2021</p>	<p>RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha pela sua mente. São Paulo: Thomson, 2003</p> <p>KOTLER, Philip. Os 10 pecados mortais do marketing: causas, sintomas e soluções. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2004.</p> <p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante 2017</p> <p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.</p>
---	--

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL E SONORA	Carga Horária: 72 h/a
Ementa: Conceitos, técnicas, tendências e funções dos elementos para a produção de vídeos publicitários para TV e Cinema. Estudos sobre a Linguagem Radiofônica.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Conceitos sonoros e de produção. Criação, produção, gravação e edição de spots e jingles. Tendências da Produção Audiovisual.

Bibliografia Básica:

BLOCK, Bruce. **A narrativa visual:** criando a estrutura visual para cinema, TV e mídias digitais. São Paulo: Elsevier, 2010.

BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (Org.). **Televisão, cinema e mídias digitais.** Florianópolis: Insular, 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio:** teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

Bibliografia Complementar:

AGUIAR, Ronaldo Conde. **Almanaque da Rádio Nacional.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

BERG, F. S. A. Independent podcasts on the Apple Podcasts platform in the streaming era. **MedieKultur: Journal of Media & Communication Research**, [s. l.], v. 37, n. 70, p. 110–130, 2021.
<https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=01ca028b-462c-42bb-b9fc-54c485dcf394%40redis>

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques:** o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil.** São Paulo: Livros de Safra, 2012.

RICHERI, G. A indústria audiovisual e os fatores estruturais da crise televisiva. **MATRIZES**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 13–24,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	2017. DOI 10.11606/issn.1982-8160.v11i1p13-24. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=01ca028b-462c-42bb-b9fc-54c485dcf394%40redis
--	---

PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Introdução aos estudos e técnicas de fotografia. Ferramentas e métodos de revelação de imagens. Composição e Enquadramento. Processamento e seleção de imagens.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual . 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.	ANG, Tom. Fotografia Digital: uma introdução . 3. ed. São Paulo: Senac, 2007.	
HEDGECOE, John. O novo manual de fotografia . 4. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2013.	LEITE, Enio. Fotografia Digital: Aprendendo a fotografar com qualidade . 4ª ed. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2017.	
TRIGO, Thales. Equipamento fotográfico: teoria prática . 6. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2015.	RAMALHO, José Antônio. Escola de fotografia: o guia básico da técnica à estética . Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	TARNOCZY JUNIOR, Ernesto. A arte da composição . Santa Catarina: iPhoto, 2013.
--	---

SOCIOLOGIA	Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: As origens da sociologia. A constituição da sociologia como ciência. Teorias sociológicas clássicas: Durkheim, Marx e Weber. A sociologia no mundo contemporâneo: as transformações na sociedade, os riscos sociais, econômicos e políticos.</p>	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.</p> <p>MARX, Karl. O capital: crítica da economia política: livro primeiro: o processo de produção do capital. 26. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.</p> <p>RODRIGUES, José Albertino (org.). Émile Durkheim: Sociologia. 9. ed. São Paulo: Ática, 2008.</p>	<p>AGAMBEN, Giorgio. Homo Sacer: O poder soberano e a vida nua I. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.</p> <p>FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: nascimento da prisão. 41. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.</p> <p>GUIMARÃES, Antônio Sérgio A. Racismo e antirracismo no Brasil. 3. ed. São Paulo: 34, 2009.</p> <p>HARVEY, David. Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 24. ed. São Paulo: Loyola, 2013.</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	WEBER, Max. Ciência e Política: duas vocações. 18 ed. São Paulo: Cultrix, 2011.
--	--

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: O campo de estudos da comunicação e seu objeto. Contribuições interdisciplinares para a constituição das teorias da comunicação. As relações entre comunicação e cultura. A cultura como sistema de significação. Os processos de comunicação e os conceitos fundamentais para análise do simbólico. Comunicação como esfera de mediação social. Estudo dos conceitos, modelos, estruturas e paradigmas da comunicação.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac & Naify, c2007.	HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). Teorias da comunicação: conceitos escolas e tendências. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.	
MIÈGE, Bernard. A sociedade tecida pela comunicação: técnicas de informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social. São Paulo: Paulus, 2009	GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas. São Paulo: Annablume, 2004.	
PIGNATARI, Décio. Informação, Linguagem,	PIGNATARI, Décio. Contracomunicação. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.	
	WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. 6. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>Comunicação. 8ª. São Paulo: Perspectiva, 1977.</p>	<p>MORIN, Edgar. Sobre a estética. Rio de Janeiro: Pró-Saber, 2017.</p>
--	--

2º SEMESTRE

ANÁLISE DA IMAGEM		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Teorias sobre a imagem. Conceitos para a análise do discurso visual. Construção do discurso visual.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>BAITELLO JUNIOR, Norval. A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.</p> <p>FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac & Naify, c2007</p> <p>MACHADO, Arlindo. O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, c2001.</p>	<p>MACHADO, Arlindo. Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas. 3 ed. São Paulo: Edusp, 2001.</p> <p>FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.</p> <p>NEIVA JÚNIOR, Eduardo. A imagem. São Paulo: Ática, 1994.</p> <p>PARENTE, André (Org.). Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual. 3 ed. São Paulo: Editora 34, 1999</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2010
--	---

FUNDAMENTOS DA PRODUÇÃO TEXTUAL		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Estudo do texto verbal e funções de linguagem. Técnicas e regras para a interpretação de textos e as práticas gramaticais. Compreensão e análise de textos publicitários. Introdução aos elementos da redação publicitária. O texto publicitário e as relações de ideologia e preconceitos.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
BECHARA, Evanildo. Gramática escolar da língua portuguesa. 2. ed., ampl. e atual. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.		BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na redação publicitária. São Paulo: s.n., 2006.
CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Anália Cochar. Texto & interação: uma proposta de produção textual a partir de gêneros e projetos. São Paulo: Atual, c2013.		GARCIA, Othon M. Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar. 26. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Lições de texto: leitura e redação. 5. ed. São Paulo: Ática, 2010.		KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. A coesão textual. 13. ed. São Paulo: Contexto, 2000.
		MARTINS, Zeca. Redação publicitária: a prática na prática. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>MEDEIROS, João Bosco. Comunicação escrita: a moderna prática da redação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991</p>
--	--

FUNDAMENTOS DE MÍDIA		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Introdução aos conceitos, fundamentos e designação da Mídia. A importância da Mídia no processo de comunicação. O mercado e áreas de atuação. Perfil do profissional de mídia. Penetração, alcance, frequência engajamento. Padrões de exposição. Características dos meios de comunicação. Precificação, conteúdo e diversidade de plataformas.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>DORDOR, Xavier. Mídia, Mídia alternativa: a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa. São Paulo: Nobel, 2007.</p> <p>TAMANAHA, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.</p>	<p>FRANZÃO NETO, Angelo. Midialização: o poder da mídia. São Paulo: Nobel, 2006.</p> <p>PREDEBON, José; FRANZÃO, Angelo; MELLO, Claudio; BRITTO, Francisco; RIBEIRO, Júlio; MARCONDES, Pyr; FUCHS, Ralph; CORRÊA, Roberto; VIEIRA, Stalimir. Propaganda: profissionais ensinam como se faz; mídia, promoção, new media, criatividade, planejamento, criação, pesquisa, atendimento, criação x computador. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>SHAVER, Mary Alice. Como vender a mídia: o marketing como ferramenta de</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>venda do espaço publicitário. São Paulo: Nobel, 2002.</p> <p>ULIN, Jeff. The business of media distribution: monetizing film, TV, and video content in an online world. 2. ed. New York: Focal Press, 2014.</p> <p>WONNEBERGER, A.; JACOBS, S. Mass Media Orientation and External Communication Strategies: Exploring Organisational Differences. International Journal of Strategic Communication, [s. l.], v. 10, n. 5, p. 368–386, 2016. DOI 10.1080/1553118X.2016.1204613. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=9b0e65d7-f484-4afd-ac00-266e41c868d3%40redis</p>
--	--

FUNDAMENTOS DE PESQUISA		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Conceituação de pesquisa mercadológica. Métodos quantitativos. Coordenação, planejamento e execução de pesquisas mercadológicas. Processamento e interpretação de dados. Aferição de resultados.</p>		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>AAKER, David; KUMAR, V.; DAY, George S. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2004.</p>		<p>HANSON, D.; GRIMMER, M. The mix of qualitative and quantitative research in major marketing journals, 1993-2002.</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>SHIRAIISHI, Guilherme; SHIRAIISHI, Guilherme (Org.). Pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>VIRGILLITO, Salvatore Benito (Org.). Pesquisa de marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa. São Paulo: Saraiva, 2010.</p>	<p>European Journal of Marketing, [s. l.], v. 41, n. 1/2, p. 58–70, 2007. DOI: 10.1108/03090560710718111 https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=9b0e65d7-f484-4afd-ac00-266e41c868d3%40redis</p> <p>MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: foco na decisão. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2010.</p> <p>MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger H. Pesquisa de marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.</p> <p>PARSONS, L. J. Quantitative Models in Marketing Research. Journal of Marketing Research (JMR), [s. l.], v. 40, n. 1, p. 113–114, 2003. DOI 10.1509/jmkr.40.1.113.19127. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=9b0e65d7-f484-4afd-ac00-266e41c868d3%40redis</p> <p>PINHEIRO, Roberto Meireles et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. 3. ed. São Paulo: FGV Management; FGV, 2006.</p>
---	--



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

FUNDAMENTOS DO MEIO DIGITAL		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Redes sociais e fundamentos do meio digital. A linguagem da comunicação digital. Plataformas de redes sociais como canais de relacionamento.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.	BARGER, Christopher. O estrategista em mídias sociais: desenvolva um programa bem-sucedido trabalhando de dentro para fora em sua empresa. São Paulo: DVS, 2013.	
SANTAELLA, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010.	JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.	
SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, c2011	LANIER, Jaron. Gadget você não é um aplicativo! : um manifesto sobre como a tecnologia interage com nossa cultura. São Paulo: Saraiva, 2010.	
	SANTAELLA, Lúcia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2009.	
	SCHNEIDER HAHN, I. et al. A Confiança do Consumidor e a Resposta Emocional à Propaganda em Mídias Sociais e sua Influência na Avaliação das Marcas.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>Brazilian Business Review (Portuguese Edition), [s. l.], v. 13, n. 4, p. 51–74, 2016.</p> <p>https://bbronline.com.br/index.php/bbr/articloe/download/124/186</p>
--	---

MARKETING SOCIAL – TERCEIRO SETOR		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Introdução aos fundamentos do marketing para o Terceiro setor. Ética, diversidade, e transparência no Marketing do Terceiro Setor. Conceitos: Marketing Social, Marketing de Causa e Filantropia Empresarial. Aplicação e gestão do marketing para o Terceiro Setor. O Marketing Social e a Comunicação.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>COSTA, Ivan Freitas da. Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>HUDSON, Mike. Administrando organizações do terceiro setor: o desafio de administrar sem receita. São Paulo: Makron Book, 2002.</p> <p>RUGGERI, Renê G. Gerenciamento de projetos no terceiro setor. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.</p>	<p>ANDREASEN, Alan R. Ética e marketing social: como conciliar os interesses do cliente, da empresa e da sociedade numa ação de marketing. São Paulo: Futura, 2002.</p> <p>ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS. NCKINSEY E COMPANY. Empreendimentos sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócios para organizações sociais. São Paulo: Petrópolis, 2001.</p> <p>CAMARGO, Mariângela Franco de et al. Gestão do terceiro setor no Brasil:</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos. 2. ed. São Paulo: Futura, 2002</p> <p>GRAZZIOLI, Airton; RAFAEL, Edson José. Fundações privadas: doutrina e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>MENEGHETTI, Sylvia Bojunga. Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil. São Paulo: Global, 2001.</p>
--	---

PRODUÇÃO GRÁFICA E DIGITAL	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Sistemas de cores e sistemas de impressão. Tipos de papel e acabamento. Conceitos básicos de tipografia e diagramação. Noções básicas de softwares gráficos.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>FALLEIROS, Dario Pimentel. O mundo gráfico da informática. São Paulo: Futura, 2003.</p> <p>COLLARO, Antonio Celso. Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; DORINHO (Ilustrador). Psicodinâmica das cores em comunicação. 6. ed. São Paulo: Editora Blücher, 2011.</p>	<p>AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Formato. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>BAER, Lorenzo. Produção gráfica. 6. ed. São Paulo: Senac, 2012</p> <p>GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. 3. ed São Paulo: Annablume, 2004.</p> <p>HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986.</p> <p>MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento de arquivos. Rio de Janeiro: Senac, c2003.</p>
--	---

PROJETO INTEGRADO - 3º SETOR		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado no 3º Setor. Um olhar para causas sociais como: proteção ambiental, promoção de igualdade de gênero, combate ao racismo, entre outros.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. Terceiro setor: história</p>	<p>BALTAZAR, Caroline Donada Restani Garcia. A eficiência da utilização das redes sociais para</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>e gestão de organizações. Rio de Janeiro: Summus, c2006</p> <p>HUDSON, Mike. Administrando organizações do terceiro setor: o desafio de administrar sem receita. São Paulo: Makron Book, 2002.</p> <p>LEONARDO, Rodrigo Xavier. Associações sem fins econômicos. São Paulo: R. dos Tribunais, 2014.</p>	<p>divulgação e captação de recursos pelo terceiro setor. 2019.102 f. Monografia (Pós-Graduação em Comunicação e Marketing Digital) - Fundação Armando Álvares Penteado, Faculdade Armando Álvares Penteado, São Paulo, 2019.</p> <p>DRUCKER, Peter Ferdinand. Administracao de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas. São Paulo: Pioneira, 1995.</p> <p>KROHLING PERUZZO, C. M. Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa. Revista FAMECOS - Mídia, Cultura e Tecnologia, [s. l.], v. 20, n. 1, p. 89–107, 2013. DOI 10.15448/1980-3729.2013.1.13641. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=91663891&lang=pt-br&site=ehost-live. Acesso em: 26 jan. 2023.</p> <p>TACHIZAWA, Takeshy. Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>VALENTINOV, V. Corporate social responsibility and the nonprofit sector: exploring the common ground. Kybernetes, [s. l.], v. 50, n. 9, p. 2651–</p>
--	---



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	2667, 2021. DOI 10.1108/K-06-2020-0397. Disponível em: https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=151754302&lang=pt-br&site=ehost-live . Acesso em: 26 jan. 2023
--	--

TEORIA DAS MÍDIAS		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Cultura, Comunicação e Tecnologia. A relação dos meios de comunicação com as manifestações culturais da sociedade. As transformações comunicacionais dos modelos lineares e em rede. Os diferentes mecanismos de controle no uso dos meios de Comunicação e na produção de conteúdo.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo . São Paulo: Studio Nobel, 1995.		DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo : comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
FLUSSER, Vilém. Filosofia da Caixa Preta . São Paulo: É Realizações, 2018.		MOLES, Abraham A. et al. Teoria da cultura de massa . São Paulo: Paz e Terra, 2011.
MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem . 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.		MORAES, Dênis de (Org.). Por uma outra comunicação : mídia, mundialização cultural e poder. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.
		SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho : uma teoria da comunicação



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>linear e em rede. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.</p> <p>THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 14. ed. Petrópolis: Vozes, [201?].</p>
--	--

3º Semestre

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: PRODUTOS E SERVIÇOS		Carga Horária: 72 h/a
<p>Ementa: Fundamentos e técnicas de redação e direção de arte publicitárias. Desenvolvimento do processo criativo para elaboração de peças publicitárias para produtos ou serviços em diferentes formatos. Técnicas de argumentação, design e diagramação de peças gráficas e digitais.</p>		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul Propaganda: teoria, técnica e prática. 8. ed., rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2009.</p> <p>CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. 10. ed. Brasília: Senac, 2013.</p>		<p>MARTINS, Zeca. Redação publicitária: a prática na prática. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.</p> <p>LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Cosac & Naify, 2013.</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. 2. ed. São Paulo: Nobel, 1986.	BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa . 3. ed. São Paulo: Thomson, c2006. LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design . São Paulo: Cosac & Naify, 2008. MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. História do design gráfico . São Paulo: Cosac & Naify, 2009.
---	---

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Produtos e Serviços: conceitos, classificações, estratégias de diferenciação, ciclo de vida do produto e as estratégias para cada estágio, análise do portfólio de produtos, conceito de serviço e suas particularidades.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing . 14 ed. São Paulo: Pearson, 2012. CASAS, Alexandre Luzzi L. Marketing de Serviços - Como criar valores e experiências positivas aos clientes. : Grupo GEN, 2019. <i>E-book</i> . ISBN 9788597022087. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com .	CASAS, Alexandre Luzzi L. Marketing Digital . Grupo GEN, 2021. <i>E-book</i> . ISBN 9786559771103. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771103/ . Acesso em: 25 jan.2023. GODIN, Seth. Isso E Marketing . Editora Alta Books, 2019. <i>E-book</i> . ISBN 9788550807652. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/b	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>br/#/books/9788597022087/. Acesso em: 07 nov. 2023.</p> <p>TYBOUT, Alice M. Marketing. Editora Saraiva, 2013. <i>E-book</i>. ISBN 9788502213623. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502213623/. Acesso em: 25 jan. 2023.</p>	<p>ooks/9788550807652/. Acesso em: 25 jan. 2023.</p> <p>PASSARELLI, Silvio. O Universo do Luxo: Marketing e Estratégia para o Mercado de Bens e Serviços de Luxo. Editora Manole, 2010. <i>E-book</i>. ISBN 9788520444917. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520444917/. Acesso em: 25 jan. 2023.</p>
---	--

FILOSOFIA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Os grandes sistemas de ideias, em eixo histórico e conceitual com ênfase nas principais correntes do pensamento contemporâneo.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>SAGAN, Carl. O mundo assombrado pelos demônios: a ciência vista como uma vela no escuro. São Paulo: Cia das Letras, 2006.</p> <p>HELFERICH, Christoph. História da Filosofia. São Paulo: Martins Fontes, 2006.</p>	<p>EVERSON, Stephen (Ed.). Epistemology. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.</p> <p>SMITH, Plínio; SILVA FILHO, Waldomiro J. (Org). Significado, verdade, interpretação: Davidson e a Filosofia. São Paulo: Loyola, 2005.</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>F FLANNERY, Tim. Os senhores do clima. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.</p>	<p>OAKESHOTT, Michael Joseph. Rationalism in politics and other essays. Indianapolis: Liberty Fund, 1991.</p> <p>O'HEAR, Anthony (org.). Karl Popper: filosofia e problemas. São Paulo: Editora UNESP, c1997</p> <p>ARMSTRONG, Karen. Breve história do mito. São Paulo: Cia das Letras, 2005</p>
---	--

FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Histórico da fotografia publicitária. Tendências da produção fotográfica. Treinamento prático utilizando câmera digital e estúdio. Aplicações fotográficas no campo publicitário.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ANG, Tom. Fotografia digital: uma introdução. 3ª ed. São Paulo: SENAC, 2007.</p> <p>GREY, Christopher. Iluminação em estúdio: técnicas e truques para fotógrafos digitais. Balneário Camboriú: Photos, 2012.</p> <p>LEITE, Enio. Fotografia digital: aprendendo a fotografar com</p>	<p>DAVIS, Harold. Iluminação criativa: truques e técnicas para fotógrafos. Balneário Camboriú: Photos, 2015.</p> <p>GUSTAVSON, Todd. Camera: a history of photography from daguerreotype to digital. New York: Sterling Publishing, 2009.</p> <p>HEDGECOE, John. O novo manual de fotografia. 4. ed., rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2013.</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>qualidade. 4ª ed. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2017.</p>	<p>HUNTER, Fil; BIVER, Steven; FUQUA, Paul. Luz, ciência & magia: guia de iluminação fotográfica. 3. ed., rev. e ampl. Balneário Camboriú: Photos, 2014.</p> <p>TRIGO, Thales. Equipamento fotográfico: teoria e prática. 3. ed., rev. e ampl. São Paulo: Senac, 2005</p>
--	---

MÍDIA: PESQUISA E PLANEJAMENTO		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Termos de mídia e sua aplicabilidade na publicidade. Etapas de um Plano de mídia a partir do briefing. Comercialização e adequação aos meios de comunicação. Estudo de audiência e demais formas de rentabilidade. Ferramentas de pesquisa de mídia e auditoria de veiculação. Valoração e Negociação de Mídia. Pilares da mídia digital. Confecção de cronogramas de Mídia e acompanhamento.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>Mídia Dados 2021. Grupo de Mídia de São Paulo, 2021.</p> <p>TAMANAHA, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas</p>	<p>DORDOR, Xavier. Mídia, Mídia alternativa: a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa. São Paulo: Nobel, 2007.</p> <p>KATZ, Helen E. Media handbook: um guia completo para eficiência em mídia. São Paulo: Nobel, c2003.</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>dos 60 principais termos de mídia. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.</p>	<p>SCHULTZ, D. E.; BLOCK, M. P.; VISWANATHAN, V. Consumer-driven media planning and buying. Journal of Marketing Communications, [s. l.], v. 24, n. 8, p. 761–778, 2018. DOI 10.1080/13527266.2016.1185833. https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=cabcd9dab-7e87-4400-8a12-7bb9db948bc5%40redis</p> <p>TAMANAH, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>ZELTNER, HERBERT. Gerenciamento de mídia: Ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia. São Paulo: Nobel, 2001.</p>
--	---

PROJETO INTEGRADO - COMUNICAÇÃO DE PRODUTO E SERVIÇO	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado na comunicação de produtos e serviços.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>CRUZ, Augusto. Introdução ao ESG: meio ambiente, social e governança corporativa. 2. ed. São Paulo: Scortecci, 2021.</p> <p>TAMANHAHA, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p>	<p>BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa. 3. ed. São Paulo: Thomson, 2006.</p> <p>LEITE, Enio. Fotografia digital: aprendendo a fotografar com qualidade. 4. ed. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2017.</p> <p>SMITH, Barbara Herrnstein. Crença e resistência: a dinâmica da controvérsia intelectual contemporânea. São Paulo: UNESP, 2002.</p> <p>LOVELOCK, Christopher H.; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>BLASO, Vivian. Cidades em tempos sombrios: barbárie ou civilização. São Paulo: Paco, 2017.</p>
--	---

SUSTENTABILIDADE E COMUNICAÇÃO DE MARCA	Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Sustentabilidade e ESG (Environmental, Social and Governance). A Comunicação da Sustentabilidade na Reputação da Marca. Comunicação da Sustentabilidade na Era das Causas.</p>	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>CRUZ, Augusto. Introdução ao ESG: meio ambiente, social e governança corporativa. 2. ed. São Paulo: Scortecci, 2021.</p> <p>LEE, Nancy R.; KOTLER, Philip. Marketing social. Editora Saraiva, 2020. <i>E-book</i>. ISBN 9788571440319. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440319/. Acesso em: 19 out. 2023.</p> <p>MACHADO, Leandro. Como defender sua causa. São Paulo: Nacional, 2021</p>	<p>Else Lemos e Patricia Salvatori. (organização) Comunicação, Diversidades E Organizações: Pensamento e Ação [recurso eletrônico]. – 1. ed. – São Paulo: Abrapcorp, 2019. Disponível em: http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/05/1_abrapcorp_comunicacao_diversidades_organizacoes.pdf</p> <p>IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Governança Corporativa e Boas Práticas de Comunicação. São Paulo, SP: IBGC, 2017. Disponível em: https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21954</p> <p>PRADO, Elisa; LINS, Tatiana Maia. Reputação e valor compartilhado: conversas com CEOS das empresas líderes em ESG. São Paulo: Aberje, 2022</p> <p>IBGC -Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Código das melhores práticas de governança corporativa. 6.ed. / São Paulo, SP: IBGC, 2023.</p>
--	--



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>Disponível em:</p> <p>https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=23486</p> <p>BLASO, Vivian. Cidades em tempos sombrios: barbárie ou civilização. São Paulo: Paco, 2017.</p> <p>CONAR – Anexo U – Apelos de Sustentabilidade</p> <p>Disponível em http://www.conar.org.br/</p>
--	---

4º Semestre

ATIVÇÃO E TRADE MARKETING		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Evolução dos canais de distribuição e o surgimento do Trade marketing. Trade Marketing como processo decisivo na compra do varejo. Ferramentas sell-in e sell-out. O conceito de marketing de ativação e sua aplicação nas empresas. Desenvolvimento de ações de ativação, promoção de vendas e merchandising. Tecnologia aplicada para indicadores de desempenho.</p>		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
<p>MOTTA, Rodrigo; SANTOS, Neusa Maria Bastos F. Santos; SERRALVO, Francisco Antonio. Trade marketing: teoria e prática para gerenciar os canais de distribuição. rev. e atual. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.</p>		<p>RIVA, João et al. (). Marketing promocional: um olhar descomplicado. São Paulo: Cengage Learning, 2014</p> <p>UNDERHILL, Paco. Vamos às compras!: a ciência do consumo : indispensável para quem gosta de consumir, imperdível para</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>MENDIZABAL ALVAREZ, Francisco Javier S. Trade marketing: a conquista do consumidor no ponto de venda. São Paulo: Saraiva, 2008</p> <p>LADEIRA, Wagner; SANTINI, Fernando. Merchandising & Promoção de Vendas. Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597016918. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016918/. Acesso em: 19 out. 2023.</p>	<p>quem quer vender. 21. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 1999.</p> <p>STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. Compras por impulso!: trade marketing, merchandising e o poder da comunicação e do design no varejo. Teresópolis: 2AB, 2011.</p> <p>MARGOLIS, Jonathan.; GARRIGAN, Patrick. Marketing de guerrilha para leigos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.</p> <p>BLESSA, REGINA. Merchandising no ponto-de-venda. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.</p>
--	--

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: TRADE E PROMO		Carga Horária: 72 h/a
Ementa: Desenvolvimento de processo criativo através de técnicas de redação e direção de arte voltadas à comunicação e promoção de vendas e experiências. Comunicação através de diferentes canais de venda. Ativação de marcas e produtos.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>BLESSA, Regina. Merchandising no ponto de venda. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como</p>	<p>LEVINSON, Jay C. Propaganda de guerrilha. São Paulo: Best Seller, s.d.</p> <p>MEGGS, Phillip B.; PURVIS, Alston W. História do Design Gráfico. São Paulo: Cosac & Naify, 2009.</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>elemento de sedução na publicidade. 8. ed. São Paulo: Futura, 2008.</p> <p>LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.</p>	<p>MENDIZABAL ALVAREZ, Francisco Javier S. Trade marketing: a conquista do consumidor no ponto de venda. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>MORGAN, Tony. Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais. 2. ed., rev. e ampl. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.</p> <p>OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. São Paulo: Prentice Hall, 2002.</p>
---	---

FILME PUBLICITÁRIO		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Técnicas de edição para a transformação da linguagem criativa em linguagem audiovisual para internet e novas mídias. Storytelling e roteiro para a comunicação publicitária.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>MCKEE, Robert. Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Art&Letra, 2018.</p> <p>TORNOCZY JR, Ernesto. A arte da composição Santa Catarina: Photos, 2013.</p> <p>XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.</p>	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2010.</p> <p>GÜENAGA ANEAS, T. A construção social da autoria de filmes publicitários. Comunicação, Mídia e Consumo, [s. l.], v. 15, n. 42, p. 138–155, 2018. DOI 10.18568/CMC.V15I42.1322.</p> <p>MEYER, H. M.; SCHULZ, S. A. Dramaturgy of a Campaign: Viewing the Advertising Agency Process as a Theatrical Production. Journal of Promotion Management, [s. l.],</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>v. 23, n. 4, p. 504–520, 2017. DOI 10.1080/10496491.2017.1297973.</p> <p>PRIEBE, Ken A. The advanced of stop motion. 2ª Ed. Boston: Cengage, 2013.</p> <p>SARAIVA, Leandro; CANNITO, Newton. Manual de roteiro: ou manual, o primo dos manuais de cinema e tv. São Paulo: Conrad, 2004.</p>
--	--

PESQUISA APLICADA AO CONSUMIDOR		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Técnicas e métodos de pesquisas aplicadas ao consumidor. Novas ferramentas e sistemas de dados. Métodos qualitativos.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>HAWKINS, Del I.; MOTHERSBAUGH, David L; BEST, Roger J. Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007</p> <p>SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.</p> <p>PESQUISA qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.</p>	<p>CAMARGO, Pedro de. Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2013.</p> <p>CAMICIOTTOLI, B. C.; RANFAGNI, S.; GUERCINI, S. Exploring brand associations: an innovative methodological approach. European Journal of Marketing, [s. l.], v. 48, n. 5/6, p. 1092–1112, 2014. DOI: 10.1108/EJM-12-2011-0770.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=c2ab4c44-8701-40aa-9fb4-2b5dde703757%40redis</p> <p>PINHEIRO, Roberto Meireles et al. Comportamento do consumidor e</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>pesquisa de mercado. 3. ed. São Paulo: FGV Management; FGV, 2006.</p> <p>PRICE, L. Qualitative Market Research: Principle and Practice. Journal of Marketing Research (JMR), [s. l.], v. 41, n. 4, p. 488–490, 2004. DOI 10.1509/jmkr.41.4.488.47012.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=c2ab4c44-8701-40aa-9fb4-2b5dde703757%40redis</p> <p>MOSCHIS, George P. The life course paradigm and consumer behavior: Research frontiers and future directions. Psychology & Marketing, [s. l.], v. 38, n. 11, p. 2034–2050, 2021. DOI 10.1002/mar.21586.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=1&sid=c2ab4c44-8701-40aa-9fb4-2b5dde703757%40redis</p>
--	---

PRODUÇÃO SONORA APLICADA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: O áudio diante da digitalização. Segmentação da mensagem. Criação e produção de programetes e podcasts. Processos de montagem das peças publicitárias.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
HAUSMAN, CARL et al. Rádio: produção, programação e performance. 8ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2011.	BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira (Org.). Televisão, cinema e mídias digitais. Florianópolis: Insular, 2012.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>PRADO, Magaly. Produção de rádio: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006</p> <p>PRADO, Magaly. História do rádio no Brasil. São Paulo: Livros de Safra, 2012.</p>	<p>MCLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1999.</p> <p>PRADO, Emilio. Estrutura da informação radiofônica. 5. ed. São Paulo: Summus, 1985.</p> <p>SELLAS, T.; SOLÀ, S. Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 63–81, 2019. DOI 10.1386/rjao.17.1.63_1.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=5&sid=7f187892-a507-40db-a541-ed13b21d0d0e%40redis</p> <p>WATERS, R. D. <i>et al.</i> Messaging, music, and mailbags: How technical design and entertainment boost the performance of environmental organizations' podcasts. Public Relations Review, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 64–68, 2012. DOI 10.1016/j.pubrev.2011.11.004.</p> <p>https://web.p.ebscohost.com/ehost/search/basic?vid=5&sid=7f187892-a507-40db-a541-ed13b21d0d0e%40redis</p>
---	--



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

PROJETO INTEGRADO (TRADE E PROMO)		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado em Trade e Promo.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia básica seja indicada "a priori".		A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia complementar seja indicada "a priori".

PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de Psicologia suscetíveis de aplicação no campo da comunicação. Formação do imaginário do receptor através da teoria.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.		STEPHENS-DAVIDOWITZ, Seth. Todo Mundo Mente: Big Data, Novos Dados e o que a Internet Nos Diz sobre Quem Realmente Somos. Editora Alta Books, 2018. <i>E-book</i> . ISBN 9788550804378. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550804378/ . Acesso em: 30 out. 2023.
MARK, Margaret; PEARSON, Carol. O herói e o fora da lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.		STROCCHI, Maria Cristina. Psicologia da comunicação: manual para o estudo da linguagem publicitária e das técnicas de venda. São Paulo: Paulus, 2007.
MAIA, Gabriela Felten da; FORECHI, Marcilene; LOPES, Daiane D.; et al. Comunicação e Psicologia. Grupo A, 2020. <i>E-book</i> . ISBN 9786581492960. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786581492960/ . Acesso em: 30 out. 2023.		LASCH, Christopher. A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.</p> <p>MAHON, Ciarán M. A psicologia da mídia social. Editora Blucher, 2021. E-book. ISBN 9786555063073. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555063073/. Acesso em: 30 out. 2023.</p>
--	--

5º Semestre

BRANDING E REPUTAÇÃO DE MARCA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Branding e gestão da marca. Desenvolvimento e fortalecimento da imagem da marca. Reputação e posicionamento institucional na construção da marca.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
KELLER, Kevin Lane e MACHADO, Marcos. Gestão Estratégica de Marcas . 1ª. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.	BATEY, Mark. O Significado da Marca . 1ª. São Paulo: Best Business, 2010.	
ORGEN, James R. e CRESCITELLI, Edson. Comunicação Intergrada de	HEALEY, Matthew. O que é Branding? 1ª. São Paulo: GG Brasil, 2009.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Marketing. 1ª. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.	KUNSH, Margarida Maria Krohling. Obtendo Resultados com Relações Públicas. 1ª. São Paulo: Thomson, 2006. TAVARES, Maurício. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação. 1ª. São Paulo: Atlas, 2009. VASCONCELOS, Luciane Ricciotti. Manual de Planejamento de Comunicação Integrada. 1ª. São Paulo: Summus, 2009.
---	---

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	Carga Horária: 72 h/a
Ementa: Processo criativo através de atividades de redação e direção de arte, voltado à comunicação institucional das marcas. Branding. Identidade e tom de voz de marca. Conceito de Comunicação. Conceito criativo.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos do design criativo. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. FIGUEIREDO, Celso. Redação publicitária: sedução pela palavra. São Paulo: Cengage Learning, 2008.	COSTA, Joan. A imagem da marca: um fenômeno social. São Paulo: Rosari, 2008. RIES, Al; RIES, Laura. A origem das marcas: descubra as leis naturais da inovação e da sobrevivência de produtos e empresas. São Paulo: M.Books do Brasil, 2006.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.</p>	<p>MARCONDES, Pyr. Marcas: uma história de amor mercadológica. São Paulo: Meio&Mensagem, 2003.</p> <p>SAMARA, Timothy. Ensopado de Design Gráfico: Ingredientes Visuais, Técnicas e Receitas de Layout Para Designers Gráficos. São Paulo: Blucher, 2010.</p> <p>VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007</p>
---	--

GESTÃO DE DADOS DIGITAIS B.I.		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Introdução a Governança de Dados e Business Intelligence. Captação e detecção de dados e informações para a criação de insights e tomadas de decisão. Estudo de metodologias e ferramentas para a interpretação de estatísticas e dados digitais para planejamento e gestão empresarial.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>ACZEL, Amir D; SOUNDERPANDIAN, Jayavel. Complete business statistics. 7. ed. New York: McGraw - Hill, 2009. 804 p. ISBN 9780071270427 (broch.)</p> <p>KNAFLIC, Cole Nussbaumer. Storytelling com dados: um guia sobre visualização de dados para</p>	<p>BARBIERI, Carlos. Bi-business intelligence: modelagem & tecnologia. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2001. 424 p. ISBN 8573231483 (broch.).</p> <p>FLEISHER, C. S. Using open source data in developing competitive and marketing intelligence. European Journal of</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>profissionais de negócios. Rio de Janeiro, Alta Books, 2019.</p> <p>SHARDA, Ramesh; DELEN, Dursun; TURBAN, Efraim. Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio. Porto Alegre: Bookman, 2019.</p>	<p>Marketing, [s. l.], v. 42, n. 7/8, p. 852–866, 2008. DOI 10.1108/03090560810877196.</p> <p>GEBHARDT, G. F.; FARRELLY, F. J.; CONDUIT, J. Market Intelligence Dissemination Practices. Journal of Marketing, [s. l.], v. 83, n. 3, p. 72–90, 2019. DOI 10.1177/0022242919830958.</p> <p>LIAUTAUD, Bernard; HAMMOND, Mark. Inteligência em e-business: transformando informações em conhecimento, e conhecimento em lucro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.</p> <p>SERRA, Laércio. A essência do business intelligence. São Paulo: Berkeley Brasil, 2002.</p>
--	--

GOVERNANÇA E COMPLIANCE NO MARKETING	Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Fundamentos de Governança corporativa. Função e objetivo nas empresas. Análise dos principais elementos da ética empresarial. Importância e aplicação do <i>compliance</i>, formas e desafios da sua implementação prática. Sistema de integração com o marketing: produto, serviços, valor com foco em mudanças sociais.</p>	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>CARVALHO, A. C.; ALVIM, T. C.; BERTOCCELLI, R.; VENTURINI, O. Manual de Compliance. 2.ed. São Paulo: Forense, 2020</p> <p>NANCY, R. L.; Kotler, P. Marketing social: influenciando comportamentos para o bem. 1.ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2019</p> <p>SILVEIRA, A. D. M. Governança corporativa no Brasil e no mundo: teoria e prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.</p>	<p>ASHLEY, Patrícia Almeida, et al. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Saraiva, 2003.</p> <p>COIMBRA, M. A.; MANZI, V. A. Manual de Compliance. São Paulo: Atlas. 2010</p> <p>KOTLER, P. Marketing 3.0. As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano. 1 ed. São Paulo: 2010.</p> <p>MANZI, V. A. Compliance no Brasil: consolidação e perspectivas. São Paulo: Saint Paul, 2008</p> <p>SILVEIRA, A. D. M. Governança corporativa e estrutura de propriedade. São Paulo: Saint Paul Institute of Finance, 2006.</p>
--	--

MÍDIA APLICADA	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Planejamento de mídia híbrido para marcas de produtos e serviços. Target: Segmentação e personalização. Remarketing e Retargeting. Definição de mercado e racional estratégico de mídia. Análise de rentabilidade de mídia off-line e digital.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Negociação avançada em mídia. Crossmedia. Determinação de KPIs e proposta de acompanhamento e mensuração dos resultados de mídia.

Bibliografia Básica:

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática**. 3. ed. São Paulo: DVS Editora, 2019.

TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de mídia: teoria e experiência**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia**. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Bibliografia Complementar:

BARBAN, Arnold M., CRISTOL, Steven M., KPEC, Frank J. **A essência do planejamento de mídia**. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2001.

HOLLOMAN, Christer. **O MBA das mídias sociais: a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais**. São Paulo: Nobel, Grupo de Mídia, 2014.

JIE YU KERGUIGNAS. Marketing Strategy Formation in the Digital Era: Studies from France and China. **China Media Research**, [s. l.], v. 16, n. 1, p. 9–17, 2020.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Cocriação de valor: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas**. São Paulo: Atlas, 2014.

TURCHI, Sandra R. **Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce**. 2 ed.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	São Paulo: Atlas, 2012
--	------------------------

PREVENÇÃO E GESTÃO DE CRISE		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Comunicação, imagem e reputação corporativa. Crise Corporativa. O profissional de relações públicas e a gestão de crises.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.	NEVES, Roberto de Castro. Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. 3. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.	
LUCAS, Luciana. Com Credibilidade Não Se Brinca. São Paulo: Summus, 2004.	NOGUEIRA, Nemércio. Media training: melhorando as relações das empresas com os jornalistas. São Paulo: Cultura, 2005.	
PRADO, Elisa Miranda. Imagem & reputação na era da transparência: as boas práticas de comunicação a serviço dos líderes. São Paulo: ABERJE, 2014.	OLIVEIRA, Matheus Furlanetto. O papel essencial das Relações Públicas no gerenciamento de crises - In Revista Organicom. ano 4 -6º. São Paulo: ECA/USP, 2007.	
	ROSA, Mário. A Era do Escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração Editorial, 2003.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>TERRA, Carol Frazon. Relações Públicas na Era dos Megafones Digitais. São Paulo: Summus, 2011.</p>
--	--

PROJETO INTEGRADO (BRANDING)	Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado em Branding.</p>	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:

6º Semestre

CENÁRIOS SOCIAIS DO FUTURO	Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Condições de trabalho e subemprego. Ressentimento e comportamento. A nova configuração das classes sociais. Os novos modelos de produção e a satisfação de uma minoria. As Big Techs e a concentração de riqueza.</p>	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>BELL, Daniel. O advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão social. São Paulo: Cultrix, 1977. 540 p.</p> <p>KUCZYNSKI, Pedro-Pablo, org;</p> <p>WILLIAMSON, John, 1937- org.;</p> <p>MOREIRA, Célio Knipel, trad. Depois</p>	<p>ECHEVARRIA, José Medina; GALENSON, Walter. NAÇÕES UNIDAS. COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA. Subemprego, problema estrutural. Petrópolis: Vozes, s.d. 215 p.</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>do consenso de Washington: Retomando o crescimento e a reforma na América Latina. São Paulo: Saraiva, 2004.</p>	<p>GUEDES, Márcia Novaes. Terror psicológico no trabalho. 2. ed. São Paulo: LTr, 2005.</p>
<p>MELMAN, Seymour. Depois do capitalismo: do gerencialismo à democracia no ambiente de trabalho: história e perspectivas. São Paulo: Futura, 2002. .</p>	<p>PFEFFER, Jeffrey. Morrendo por um salário: como as práticas modernas de gerenciamento prejudicam a saúde dos trabalhadores e o desempenho da empresa, e o que podemos fazer a respeito. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.</p>
	<p>PONDÉ, Luiz Felipe. A era do ressentimento: uma agenda para o contemporâneo. São Paulo: Leya, 2014.</p> <p>NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. Genealogia da moral: uma polêmica. São Paulo: Companhia de bolso, 2009.</p>

<p>CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: BRANDED CONTENT</p>	<p>Carga Horária: 72 h/a</p>
<p>Ementa: Processo criativo envolvendo atividades de redação e direção de arte para desenvolvimento e tradução de conceitos de comunicação e suas adaptações às estratégias de produção de conteúdo para marcas, em mídias não convencionais e espontâneas.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p>	<p>Bibliografia Complementar:</p>
<p>JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da</p>	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2010.</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.</p>	<p>CARRASCOZA, João Anzanello. Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo. 2. ed. São Paulo: Futura, 2003.</p>
<p>SAMARA, Timothy. Ensopado de design gráfico: ingredientes visuais, técnicas e receitas de layouts para designers gráficos. São Paulo: Blucher, 2010.</p>	<p>HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2010.</p>
<p>XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.</p>	<p>RIBEIRO, Milton. Planejamento visual gráfico. 9. ed. Brasília: LGE, [200-]. 498 p.</p>
	<p>SALZMAN, Marian L; MATATHIA, Ira; OREILLY, Ann. Buzz: a era do marketing viral. São Paulo: Cultrix, 2003.</p>

DIREITO APLICADO NA PUBLICIDADE		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Reflexão sobre o que é o Direito e entendimento sobre a regulamentação no mercado publicitário. Compreensão dos direitos, deveres e garantias fundamentais do setor. Estudo dos Direitos Autorais e das normas relacionadas à propriedade intelectual. Estabelecimentos de relações entre publicidade abusiva e o direito do consumidor. Legislação da propaganda eleitoral.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>BITTAR, Carlos Alberto. Direito de autor. 6. ed., rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2015.</p>	<p>CHAISE, Valéria Falcão. A publicidade em face do código de defesa do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2001.</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>FERNANDES NETO, Guilherme. Direito da comunicação social. São Paulo: R. dos Tribunais, 2004.</p>	<p>COSTA NETTO, Jose Carlos. Direito autoral no Brasil, 3ª edição, São Paulo: Saraiva, 2008.</p>
<p>PORTO, Renato. Publicidade digital: proteção da criança e do adolescente. São Paulo: Saraiva, 2014.</p>	<p>FERNANDES NETO, Guilherme. Cláusulas, práticas e publicidades abusivas: o abuso do direito no código civil e no código de defesa do consumidor. São Paulo: Atlas, 2012.</p>
	<p>FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. Aspectos do direito constitucional contemporâneo. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.</p>
	<p>SIQUEIRA JÚNIOR, Paulo Hamilton; OLIVEIRA, Miguel Augusto Machado de. Direitos humanos e cidadania. 3. ed., rev. e atual. São Paulo: R. dos Tribunais, 2011.</p>

NETNOGRAFIA E UX		Carga Horária: 36 h/a
<p>Ementa: Fundamentos do User Experience (UX); Pesquisa em UX (UX Research); Desk Research; teste de usabilidade; entrevistas; análise de dados; visualização de dados; Jornada do usuário; Métodos de Pesquisa Digitais.</p>		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
<p>HENRIQUES, Cecília; PILAR, Denise; IGNÁCIO, Elizete. UX Research com</p>	<p>CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.</p>	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>sotaque brasileiro: ou sobre como fazer pesquisas com usuários no Brasil sem apegos acadêmicos ou erros do mercado. São Paulo: Aovs Sistemas de Informática, 2022.</p> <p>KOZINETS, Robert V. Netnografia [recurso eletrônico]: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Tatiana Melani Tosi, Raúl Ranauro Javales Júnior – Dados eletrônicos. Porto Alegre: Penso, 2014.</p> <p>REIS, Guilherme. Fundamentos de UX – Volume 1: conceitos e boas práticas. 2022.</p>	<p>FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.</p> <p>KALBACH, Jim. Mapeamento de experiências: guia para criar valor por meio de jornadas, blueprints e diagramas. 1ª edição. Altabooks, 2017.</p> <p>KNAFLIC, Cole Nussbaumer. Storytelling com dados [recurso eletrônico]: um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios. Traduzido por João Tortello. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.</p> <p>NUNNALLY, Brad; FARKAS, David. UX Research: practical techniques for designing better products. Sebastopol, CA: O’Reilly, 2017.</p> <p>TRAVIS, David; HODGSON, Philip. Think like a UX Researcher: how to observe users, influence design, and shape business strategy. Boca Raton, FL: Taylor & Francis Group, 2019.</p>
--	---



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Fundamentos e elementos para a elaboração de um Planejamento de Marketing. Análise de cenário, diagnóstico para planejamento estratégico orientado para o marketing.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
CAMPOMAR, Marcos Cortez; IKEDA, Ana Akemi. O planejamento de marketing e a confecção de planos dos conceitos a um novo modelo. São Paulo: Saraiva, 2006.	KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. 19. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.	
DUAILIBI, Roberto; SIMONSEN JUNIOR, Harry. Criatividade & marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2004.	KOTLER, Philip. Marketing sem segredos. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed, 2005.	
HOOLEY, Graham J; PIERCY, Nigel F; NICOULAUD, Brigitte. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2010.	LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza (Org.). Diferenciação e inovação em marketing: estratégias diferenciadas de marketing aplicadas aos diversos segmentos de mercado. São Paulo: Saraiva, 2007	
	LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza (Org.). Informação em marketing: utilização da tecnologia da informação como diferencial em	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>estratégias de marketing. São Paulo: Novatec, c2007</p> <p>PORTER, Michael E. Competição = on competition. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.</p>
--	---

PROJETO INTEGRADO (BRANDED CONTENT)		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado em Branded Content.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia básica seja indicada "a priori".	A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia complementar seja indicada "a priori".	

STORYTELLING E TRANSMÍDIA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Introdução aos conceitos e técnicas de narrativas transmidiáticas. Oportunidades na cultura da convergência. Desenvolvimento de uma história para marcas em múltiplas plataformas de comunicação.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2a. São Paulo: Aleph, 2008.	ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus, 2006	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>MARK, Margaret; PEARSON, Carol. O herói e o fora da lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.</p> <p>MCSILL, James. 5 lições de storytelling: fatos, ficção e fantasia. São Paulo: DVS, 2013.</p>	<p>CANNITO, Newton. A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus Editorial, 2010</p> <p>PISANI, Francis; PIOTET, Dominique. Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões. São Paulo: SENAC, 2010</p> <p>SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.</p> <p>VOGLER, Christopher. A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores. 3a. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.</p>
--	---

7º Semestre

<p>CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: COMUNICAÇÃO INTEGRADA</p>	<p>Carga Horária: 72 h/a</p>
<p>Ementa: Processo criativo através de atividades de redação e direção de arte, focado no desenvolvimento de conceito de comunicação, conceito criativo e sua adaptação eficiente nos diferentes canais de comunicação definidos em um planejamento de marketing e comunicação.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p>	<p>Bibliografia Complementar:</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.</p> <p>VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.</p> <p>WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.</p>	<p>BONA, Nivea Canalli. Publicidade e propaganda: da agência à campanha. Curitiba: Ibplex, 2007.</p> <p>JARDÍ, Enric. Pensar com imagens. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.</p> <p>LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: Cosac Naify, 2009.</p> <p>RENHA, João. A propaganda brasileira depois de Washington Olivetto. São Paulo: Leya, 2013.</p> <p>RIES, Al; RIES, Laura. A origem das marcas: descubra as leis naturais da inovação e da sobrevivência de produtos e empresas. São Paulo: M.Books do Brasil, 2006.</p>
---	---

<p>EMPREENDEDORISMO E VIABILIDADE DE NEGÓCIOS</p>	<p>Carga Horária: 36 h/a</p>
<p>Ementa: Conceitos de Empreendedorismo em Comunicação, tendências, estratégias e técnicas para elaboração de um plano de negócios em comunicação. Desenvolvimento de projeto para uma atitude empreendedora e inovadora na criação, gestão de negócios, produtos e serviços, em empresas nascentes ou estabelecidas, com atuação de alto impacto na sociedade.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p>	<p>Bibliografia Complementar:</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>CHRISTENSEN, Clayton M. O dilema da inovação. São Paulo: Makron Books, 2001</p>	<p>ANDERSON, Chris. A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p>
<p>HOWKINS, John. Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: Makron Books, 2013.</p>	<p>BARROS, Claudius D'Artagnan C. de; OLIVEIRA, Marco Antonio G; GRAWUNDER, Pedro. Aprenda a empreender: antes que o mercado exija! São Paulo: Kun Verkistoj, 2018.</p>
<p>RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Leya, 2012.</p>	<p>BYRNE, John A. Empreendedores extraordinários: 25 celebridades do empreendedorismo moderno e suas façanhas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.</p>
	<p>DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: LTC, 2014.</p>
	<p>SALIM, Cesar Simões. Construindo planos de empreendimentos: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

MARKETING DE RELACIONAMENTO E CRM		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceito de marketing de relacionamento e novas tecnologias. O relacionamento no mercado corporativo e no mercado consumidor. Mídias e Redes Sociais. CRM na gestão do relacionamento com o cliente.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
GUMMESSON, Evert. Marketing de relacionamento total . 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.	ADOLPHO, Conrado. Os 8 ps do marketing digital : o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.	
KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0 : do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, c2017.	CIPRIANI, Fábio. Estratégia em mídias sociais : como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Elsevier, c2011.	
STONE, Merlin; WOODCOCK, Neil; MACHTYNGER, Liz. CRM : marketing de relacionamento com os clientes. 2. ed. São Paulo: Futura, 2002.	LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Cocriação de valor: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas . São Paulo: Atlas, 2014	
	SCHMITT, Bernd. Gestão da experiência do cliente: uma revolução no relacionamento com os consumidores . Porto Alegre: Bookman, 2004	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	ZENONE, Luiz Claudio. Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas. São Paulo: Atlas, 2010.
--	--

MENSURAÇÃO E USO DE DADOS NA MÍDIA	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Mídia digital avançada. O CRM e sua importância em campanhas publicitárias de marcas de produtos e serviços. Dados de negócio e favor da mídia. LGPD e regras de privacidade e compartilhamento de dados no ambiente digital. Dados estratégicos de mídia a favor do negócio. Cultura Digital no Brasil e no mundo. Mídia Programática. Tendências de métricas em mídias digitais.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
CHAFFEY, Dave. Gestão de e-business e e-commerce: estratégia, implementação e prática. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 516 p. ISBN 9788535246742 (broch.).	CARDOSO, Mário Sergio; GONÇALVES FILHO, Cid. CRM (Customer Relationship Management) em ambiente e-business: como se relacionar com clientes, aplicando novos recursos da web. São Paulo: Atlas, 2001. 155 p. ISBN 8522427909 (broch.)
HOLLOMAN, Christer. O MBA das mídias sociais: a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais. São Paulo: Nobel, Grupo de Mídia, 2014.	KIM, J. The Meaning of Numbers: Effect of Social Media Engagement Metrics in Risk Communication. Communication Studies , [s. l.], v. 72, n. 2, p. 195–213, 2021. DOI 10.1080/10510974.2020.1819842.
TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2021	QUADROS, Moacir. CRM: teoria, prática e ferramentas. Florianópolis: Visual Books,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>2010. 320 p. ISBN 9788575022658 (broch.).</p> <p>STERNE, Jim. Serviço ao cliente na internet. São Paulo: Makron Books, 2001. 352 p. ISBN 8534613370 (broch.)</p> <p>TAMANAHA, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011</p>
--	--

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Conceito de Comunicação Integrada de Marketing (CIM). Composto e ferramentas da comunicação para o Planejamento de Comunicação Integrada de Marketing. Controle, avaliação e mensuração de resultados. Novas ferramentas que agreguem para o incentivo de vendas, Merchandising, planejamento de marketing promocional.		
Bibliografia Básica:		Bibliografia Complementar:
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação . São Paulo: Cengage Learning, 2012.		BELCH, George E.; BELCH, Michael A. Propaganda e promoção: uma perspectiva da comunicação integrada de marketing . 9. ed. São Paulo: McGraw Hill, 2014. 839 p. ISBN 9788580553642 (broch.). PASQUALE, Perrotti Pietrangelo; LAMMARDO NETO, Claudio; GOMES,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. Compras por impulso!: trade marketing, merchandising e o poder da comunicação e do design no varejo. Teresópolis: 2AB, 2011.</p>	<p>Celso Luiz de C. e C. Comunicação integrada de marketing: a teoria na prática. Rio de Janeiro: Campus, 2012. 174 p. ISBN 9788535249002 (broch.)</p> <p>PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 190 p. ISBN 9788522475940 (broch.)</p> <p>SÁ, Patrícia Riccelli Galante de et al. Comunicação integrada de marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2010. 171 p. (Marketing). ISBN 9788522508433 (broch.)</p> <p>VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2009. 143 p. ISBN 9788532305190 (broch.)</p>
---	--

TENDÊNCIAS NA COMUNICAÇÃO DAS MARCAS

Carga Horária: 36 h/a



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Ementa: A contemporaneidade na comunicação das marcas. Novas visões e demandas do Marketing. Impacto da tecnologia e tendências atuais.

Bibliografia Básica:

GALLOWAY, Scot. **Os quatro: Apple, Amazon, Facebook e Google.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

KELLY, Kevin. **Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E-marketing.** São Paulo: Pearson, 2011

Bibliografia Complementar:

CAMPOMAR, Marcos Cortez. **Marketing de verdade!: uma forma eficaz de usar o marketing a seu favor e aumentar seus resultados.** São Paulo: Gente, 2011.

ERNER, Guillaume. **Sociologia das tendências.** São Paulo: G. Gili, 2015

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2019

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

SAYLOR, Michel. **The mobile wave: how mobile intelligence will change everything.** Boston.: Da Capo Press, 2013.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

PROJETO INTEGRADO (PLANO DE NEGÓCIOS DE COMUNICAÇÃO)		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Prática de atividades multidisciplinares com dedicação para a orientação metodológica e prática do Projeto Integrado focado no Plano de Negócios de Comunicação.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia básica seja indicada "a priori".	A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia complementar seja indicada "a priori".	

8º Semestre

TCC - DIREÇÃO DE ARTE		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Desenvolvimento de estratégia criativa: definição de imagens, diagramação de peças impressas e digitais aplicados a uma campanha publicitária integral.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa. São Paulo: Futura, 2006.	AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos do design criativo. Porto Alegre: Bookman, 2012.	
JARDÍ, Enric. Pensar com imagens. São Paulo: G.Gili, 2014	COLLARO, Antonio C. Produção Gráfica: arte e técnica na direção de arte. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.	
LUPTON, Ellen. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.	LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: Cosac Naify, 2009.	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

	<p>RIBEIRO, Milton. Planejamento visual gráfico. 9. ed. Brasília: LGE, [200-]. 498 p.</p> <p>SAMARA, Timothy. Ensopado de Design Gráfico. Ingredientes Visuais, Técnicas e Receitas de Layout Para Designers Gráficos. São Paulo: Blucher, 2010.</p>
--	--

TCC - FUNDAMENTAÇÃO DE PROJETO	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Gestão do projeto final. Metodologia e Conhecimento científico. Processos, etapas e tipos de pesquisa. Coleta de dados, análise e discussão dos resultados.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia básica seja indicada "a priori".	A flexibilidade da disciplina não permite que a bibliografia básica seja indicada "a priori".

TCC - MÍDIA	Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Planejamento de Mídia. Análise da situação do produto. Definição de metas de alcance e frequência. Defesa dos meios selecionados. Planilha tática de programação..	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
AUSTIN, Mark; AITCHISON, Jim. Tem alguém aí?: as comunicações no século XXI . São Paulo: Nobel, 2007.	DORDOR, Xavier. Mídia, Mídia alternativa: a escolha de uma estratégia global de comunicação para a empresa . São Paulo: Nobel, 2007.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>HOLLOMAN, Christer. O MBA das mídias sociais: a sua vantagem competitiva no desenvolvimento e implementação das estratégias de mídias sociais. São Paulo: Nobel, 2014.</p> <p>SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.</p>	<p>GOODRICH, William B. Praticando o planejamento de mídia: 36 exercícios. São Paulo: Nobel, c2000.</p> <p>KATZ, Helen E. Media handbook: um guia completo para eficiência em mídia. São Paulo: Nobel, c2003</p> <p>TAMANAHA, Paulo. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2a. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>TELLES, André. A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2 ed. São Paulo: M. Books, 2011.</p>
--	--

TCC – PLANEJAMENTO DE MARKETING		Carga Horária: 36 h/a
Ementa: Diagnóstico e planejamento das necessidades de marketing a serem trabalhadas em campanha publicitária integral.		
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:	
GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2012	CHURCHILL, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2012	



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>LUPETTI, Marcelia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Thonson, 2007.</p> <p>PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. São Paulo: Atlas, 2013.</p>	<p>COOPER, Alan. Como planejar a propaganda. São Paulo: Talento, 2006.</p> <p>RIBEIRO, Júlio. Fazer acontecer. São Paulo: Cultura, 1994.</p> <p>STEEL, Jon. Verdades, mentiras e propaganda: a arte do planejamento. São Paulo: Negócio, 2001.</p> <p>YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2011</p>
TCC - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA	
Carga Horária: 36 h/a	
Ementa: Desenvolvimento de estratégias criativas: posicionamento, conceito, redação, aplicados a uma campanha publicitária integral.	
Bibliografia Básica:	Bibliografia Complementar:
<p>CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. 8. ed. São Paulo: Futura, 2008.</p>	<p>CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo: Cengage Learning, 2012</p> <p>HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. Redação publicitária: pra cursos de comunicação, publicidade e</p>



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

<p>FIGUEIREDO, Celso. Redação publicitária: sedução pela palavra. São Paulo: Cengage Learning, 2008.</p> <p>MARCONDES, Pyr. Marcas: uma história de amor mercadológica. São Paulo: Meio&Mensagem, 2003.</p>	<p>propaganda. Rio de Janeiro: Campus, Elsevier, 2004.</p> <p>PETIT, Francesc. Propaganda ilimitada. São Paulo: Futura, 2003.</p> <p>PREDEBON, José; GARCIA, Luiz Fernando D.; TAMANHA, Paulo; ROMBOLI, Silton M. Curso de propaganda: do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004</p> <p>PREDEBON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Atlas, 2005</p> <p>RIES, Al e Laura. A origem das marcas. São Paulo: M. Books do Brasil, 2006.</p>
---	---



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.8 Estratégias metodológicas

A metodologia de ensino proposta para o Centro Universitário Armando Álvares Penteado está fundamentada pela filosofia que propõe um diálogo contínuo entre as produções clássicas e as vertentes pedagógicas contemporâneas, todas elas voltadas para o processo de aprendizagem.

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado conta com um corpo docente altamente qualificado e com sólida experiência de mercado em suas áreas de atuação, permitindo a efetiva construção dialética entre a teoria e a prática de forma natural.

Nos processos educativos são utilizadas diversas metodologias de ensino e de aprendizagem, tais como:

- aulas expositivas;
- aprendizagem baseada em problemas;
- aprendizagem baseada em projetos;
- situações simuladas;
- grupos operativos;
- construção de casos;
- seminários;
- aula-laboratório;
- visitas técnicas;
- aulas externas;
- atividades mediadas por tecnologias;
- uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC);
- uso de ferramentas de educação a distância.

As metodologias ativas são valorizadas pela Instituição há muito tempo e, atualmente, um grupo de professores, em regime de tempo integral, dedica-se ao estudo, à divulgação de novas possibilidades de interação e à disseminação das melhores práticas internas, contribuindo para a formação continuada dos professores e colaboradores.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

- **Projetos Integrados:** trata-se de uma atividade interdisciplinar presente em todos os semestres, com exceção do 1º e 8º. O objetivo deste projeto é oferecer ao estudante a oportunidade de realizar diversas atividades prática que simulam a experiência do publicitário, incentivando o trabalho em grupo e colaborativo. Ao longo do semestre, o professor da disciplina trabalha com metodologias ativas para o desenvolvimento das avaliações e, como avaliação final, o trabalho será sempre de cunho interdisciplinar, envolvendo, pelo menos, três outras disciplinas do semestre. A cada semestre o projeto integrado tem um foco de atuação diferente, sendo eles: 3º setor, Comunicação de Produto ou Serviço, Promoção, *Branding*, *Branded Content* e, por fim, o desenvolvimento de um Plano de Negócio para uma nova empresa.

- **Lab. Experimental:** trata-se de uma agência experimental que simula as atividades de uma agência de publicidade do mercado e como tal, atende às demandas internas da Instituição e também da comunidade, sempre com o caráter pro bono. As atividades do LAB. Experimental são um componente curricular considerado na estrutura curricular para que dessa forma seja garantido que todo discente da habilitação em Publicidade e Propaganda tenha essa vivência.

- **Núcleo de Inovação em Mídia Digital:** por meio do projeto “Coolab”, incentiva-se a realização de grupos de pesquisa com foco em temas relacionados ao mercado de comunicação. Estes grupos de pesquisa resultam em pesquisas de mercado que são publicados no site da FAAP. Os grupos de pesquisa são conduzidos por professores e/ou profissionais egressos da FAAP. Muitas das atividades envolvem também a participação de estudantes que podem, através da vivência prática, conhecer o processo de elaboração de uma pesquisa de mercado.

Nas disciplinas oferecidas na modalidade a distância, a metodologia para desenvolver os conteúdos é construída junto com a Equipe Multidisciplinar de modo a buscar diferentes recursos digitais e de comunicação a fim de atingir os objetivos, as necessidades do corpo docente, especificidades do componente curricular.

O processo de ensino e aprendizagem é permeado pela utilização dos recursos



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

O professor-tutor constrói as atividades que são disponibilizadas ao aluno no AVA. As atividades podem ser constituídas por vários objetos de aprendizagem e o professor-tutor é o principal responsável pela interação entre aluno-conhecimento.

O material didático é considerado elemento importante na EaD, porque se configura como um mediador que traz a concepção pedagógica que guiará a aprendizagem. Para isso os textos são estruturados não apenas por meio de orientações didáticas ou de estudos, mas também mediante um conjunto de atividades para que o aluno coloque e aplique suas reflexões, desenvolva suas habilidades e participe ativamente do processo de construção do seu conhecimento e da sua trajetória formativa. No ambiente virtual de aprendizagem, o aluno terá acesso ao material na versão PDF com possibilidades de interatividade por links que facilitarão a aprendizagem e deixarão a leitura mais dinâmica e ampla. A versão PDF possibilita o acesso off-line e a impressão do documento.

Para enriquecer a formação do aluno no ambiente virtual de aprendizagem, ele terá à sua disposição, como citado anteriormente os fóruns além de materiais complementares.

- Fórum de Apresentação: é um espaço reservado para que os professores orientem os alunos sobre a melhor maneira de estudar, percorrer todas as atividades propostas e participar das avaliações, e com isso obter maior proveito nas disciplinas.

- Fórum de Revisão Conceitual: este é o espaço reservado para que o seu professor disponibilize resumos, questões referentes às disciplinas e outras atividades que ele julgue pertinente e que lhe ajudarão nos estudos.

- Fórum de Dúvidas: destinado para que os alunos relatem suas dúvidas referentes à disciplina e o professor possa respondê-las de maneira pontual.

- Fórum de Discussão: reservado à aprendizagem colaborativa, onde o aluno poderá utilizando-se de temas e atividades propostas, debater e trocar informações com os colegas, sempre com o auxílio do professor.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Em todos os fóruns, os alunos acompanham a troca de mensagens entre eles assim como as respostas dos professores e com isso é possível deixar registrado o que foi discutido além de receberem uma cópia das mensagens por e-mail. O fórum é um recurso bastante enriquecedor na medida em que o coletivo da turma compartilha pontos de vista e diferentes realidades sobre o tema em questão e o professor tutor incentiva a análise e a reflexão crítica, além de favorecer a construção de uma visão sistêmica da temática.

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

- Vídeos: todo professor grava vídeos para que o aluno possa ter acesso e assistir quantas vezes julgar necessário principalmente em relação as suas dúvidas.

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.9 Procedimentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem

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

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

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

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

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

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

A frequência às aulas e às demais atividades escolares é obrigatória, vedado o abono de faltas. Independentemente dos demais resultados obtidos, é considerado reprovado na disciplina o aluno que não obtenha frequência mínima de setenta e cinco por cento às aulas e demais atividades escolares de cada disciplina.

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

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

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

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

Por fim, o curso também realiza semestralmente a PCA – Prova de Conhecimento Acumulado. Trata-se de uma prova on-line, sempre no formato de teste com questões de múltipla escolha. A prova é destinada somente aos alunos do 2º até o 7º semestre. A prova contém questões relacionadas a todas as disciplinas já vistas ao longo do curso, desde o 1º semestre.

É uma prova não obrigatória, porém, para aqueles que realizarem a prova, se acertarem ao menos 15 questões de um total de 20, serão beneficiados com um ponto extra na nota N2 de todas as suas disciplinas normais do semestre vigente da habilitação em Publicidade e Propaganda.

O propósito dessa prova é:

- Treinar a habilidade do aluno em realizar provas de múltiplas respostas que exigem boa interpretação de texto e paciência para a realização de provas de longa duração.

- Reforçar, por meio da tática da repetição, os conhecimentos apresentados nos semestres anteriores.

- Treinar o aluno para que esteja apto a realizar outras avaliações como o ENADE (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes).



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.10 Estágio curricular supervisionado

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

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

Além disso, o setor cultiva parceria com empresas dos mais diversos segmentos, oferecendo oportunidades de estágios, vagas efetivas e programas de trainee, além de todo o respaldo para a orientação profissional, desde a confecção de currículos, preparação para processos seletivos, informações sobre o mercado de trabalho, áreas de atuação, legislação e realizações de seleções internas para possíveis indicações às companhias.

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

Resumo de serviços oferecidos pelo Gestão de Carreiras da FAAP:

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- aulas de etiqueta corporativa e mercado de trabalho para intercambistas;
- informações sobre atualidades do mercado de trabalho.

1.11 Trabalho de Conclusão de Curso

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

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

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

O TCC da habilitação em Publicidade e Propaganda consiste na organização dos alunos em grupos para o desenvolvimento de uma campanha de comunicação que atenda à necessidade real de uma empresa do mercado. Para isso, a cada semestre um briefing de uma determinada empresa convidada é analisada pelos alunos para que possam elaborar um debrief e, a partir deste, desenvolver o planejamento de uma campanha de comunicação, inclusive as peças gráficas, com a finalidade de resolver o problema de comunicação do cliente. Assim, o trabalho consiste em um documento que fundamenta o trabalho e apresenta todo o planejamento estratégico. Também faz parte do trabalho todas as peças de criação que contempladas no planejamento.

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

1.12 Atividades do Curso

1.12.1 Atividades Complementares

A formação do perfil do egresso pressupõe que, além das atividades propostas no âmbito do curso, os alunos sejam estimulados a buscar um conjunto de atividades complementares consideradas essenciais para a sua formação.

Essas atividades, são aquelas que, guardando relação de conteúdo e forma com atividades do curso, representam estudos de caráter transversal e interdisciplinar para o enriquecimento do repertório e do perfil do formado.

Na composição da organização curricular dos cursos estão contidas as atividades complementares, que se dividem em três espécies: atividades de ensino, atividades de pesquisa e atividades de extensão.

Tais atividades devem oportunizar a ampliação das demais atividades do currículo, trabalhando conteúdos diversos que lhe permitam enriquecer o conhecimento propiciado pelo curso.

As atividades de ensino compreendem a realização obrigatória de disciplinas extracurriculares, e o aluno pode cursar disciplinas em diferentes cursos, de acordo com seu interesse e necessidade, que são oferecidas pela instituição.

As atividades de extensão são desenvolvidas com participação do aluno em congressos, seminários e oficinas, visitas técnicas a organizações, empresas, sobre a coordenação de um professor responsável, e em atividades na área de responsabilidade social.

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Para validação das Atividades Complementares, o aluno pode entrar com a solicitação no site: www.faap.br ou protocolar pessoalmente na Central de Atendimento ao Aluno – CAA.

Após a efetivação do pedido, a solicitação é encaminhada aos Coordenadores de Curso para validação, os quais analisam as atividades de acordo com o regulamento do seu curso. Após a validação, são registradas no sistema acadêmico Lyceum, e é encaminhada ao aluno, via e-mail, resposta sobre a validação ou não da atividade.

De acordo com a Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002, e o Parecer CNE/CES nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, as Atividades Complementares são requisitos obrigatórios para a colação de grau e serão desenvolvidas ao longo do curso, por todos os alunos, em um total de 180 h/a.

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

Compõem as Atividades Complementares os seguintes grupos de atividades:

Área de ensino:

- a) Disciplinas extracurriculares cursadas no âmbito universitário, em cursos de Graduação da Faculdade Armando Álvares Penteado, limitado a 120 h/a.
- b) Estágios extracurriculares desenvolvidos em empresas, instituições públicas ou privadas, in loco ou remotamente, na área de Comunicação, adequados à habilitação do aluno, limitado a 120 h/a, mediante apresentação de comprovante;
- c) Outras atividades complementares, como aulas externas, limitado a 36 h/a.
- d) Outras atividades validadas pelo professor responsável pelas atividades complementares.

Área de Pesquisa:

- a) Projetos e programas de pesquisa voluntários orientados por docente da área de Comunicação da Faculdade Armando Álvares Penteado, limitado a 36 h/a, com atividade de iniciação científica ou demais programas de grupos de pesquisa idealizados pela FA-FAAP.

Área de extensão:



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

a) Projetos e programas de extensão, coordenados por docente da área de Comunicação da Faculdade Armando Álvares Penteado, limitado a 72 h/a, com atividades como oficina/*workshop*/palestra com profissionais da área de Comunicação ou de alguma das habilitações;

b) Eventos nas áreas de Comunicação tais como cursos, seminários, simpósios, congressos, conferências, e outros reconhecidos pela Coordenação do Curso, limitado a 120 h/a, mediante apresentação de comprovante.

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

1.12.2 Atividades Obrigatórias

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

- As avaliações semestrais N1 e N2 realizadas por disciplina;
- O desenvolvimento do TCC e apresentação para banca, no último semestre do curso.
- As atividades complementares, cumprindo um total de 108 h/a.
- As práticas extensionistas, cumprindo um total de 324 h/a.

1.12.3 Programa de Monitoria

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

1.12.4 Iniciação Científica

O Centro Universitário Armando Álvares Penteado já possui um histórico de práticas de iniciação científica e produção acadêmica, as quais, até o processo de unificação das



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

mantidas, estavam concentradas em alguns cursos de Graduação, mas passaram a ser unificadas e institucionalizadas.

Apesar de a Instituição, no passado, não ter a obrigatoriedade de produzir pesquisa ou desenvolver práticas de iniciação científica, em alguns cursos de Graduação havia a oferta de programas de Iniciação Científica. A atividade consistia na produção de trabalhos acadêmicos realizados por alunos de Graduação, sob a orientação de um professor doutor, durante prazo que se estendia de seis meses a um ano. O objetivo da pesquisa era o de familiarizar o aluno de Graduação com o discurso científico, além de possibilitar um aprofundamento de teorias, metodologias e técnicas ligadas a sua área.

Jovens talentos da Instituição despontaram nos programas de Iniciação Científica, como o Programa Jovens Professores, pelo qual já passaram muitos docentes que têm uma forte ligação com a Instituição. Esses ex-alunos são selecionados entre aqueles que se destacaram na Graduação e ingressaram em um programa de capacitação da Instituição.

A Instituição também contabiliza, em seu passado recente, revistas científicas na área jurídica e na área de economia e relações internacionais, as quais possibilitavam a divulgação da produção científica realizada na Instituição.

Para o possível alinhamento dessas práticas institucionais e a consolidação de programas de Iniciação Científica e futuros programas de pesquisa, a Instituição previu, em sua estrutura organizacional, uma Coordenação de Pesquisa, que tem como responsabilidade a implementação das políticas de desenvolvimento de pesquisa nos diferentes campos de atuação do Centro Universitário, com apoio nos princípios e nos objetivos do PDI e PPI.

Essa coordenação atuará com os coordenadores de curso, os docentes da Instituição e os discentes vinculados ao Programa de Iniciação Científica. Será de competência dessa Coordenação:

- instigar, apoiar e incentivar os corpos docente e discente na realização de pesquisas e na publicação e divulgação de suas produções científicas;
- incentivar o desenvolvimento de produtos inovadores como resultados de pesquisa e orientar acerca do registro de patentes, quando for o caso;
- incrementar o programa de iniciação científica com vistas à consolidação de linhas de pesquisa, entendidas como a sequência de trabalhos sobre uma temática cuja



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

investigação é continuada, na medida em que o trabalho atual completa e prossegue o anterior;

- garantir a relação direta das pesquisas com o perfil e a especificidade da Instituição; e
- registrar e acompanhar os professores pesquisadores visitantes que desenvolvem pesquisas nos programas de Pós-Graduação em instituições nacionais e internacionais.

O Coordenador de Pesquisa irá assessorar, regulamentar e acompanhar a realização de projetos e programas de pesquisa, estabelecendo a interlocução com a CAPES, no sentido de manter os corpos docente e discente atualizados sobre as exigências e as determinações que qualifiquem e legitimem a pesquisa institucional.

A prática de pesquisa e produção científica será institucionalizada e multiplicada por meio de ações de incentivo a docentes e discentes para que estes possam se dedicar à produção e à interpretação de conhecimentos.

As políticas institucionais privilegiarão:

- Apoio à produção acadêmica discente e docente por meio da realização de eventos internos com exposições de trabalhos, incentivo à publicação em revistas científicas e participação em congressos e eventos externos nacionais e internacionais.
- Incentivo à formação de grupos de pesquisa constituídos por docentes, discentes e convidados externos que desenvolvam estudos relacionados com as tendências de mercado, com o estado da arte dos diferentes segmentos da IES e comprometidos com a inovação sustentável.
- Valorização da produção acadêmica docente e discente no que tange ao desenvolvimento de produtos, marcas e patentes que favoreçam e melhorem a vida das pessoas e da sociedade.
- Realização de eventos e seminários presenciais e virtuais que possibilitem a participação da comunidade acadêmica atual e ampliação para outras localidades onde a IES se fizer presente.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

O Projeto de Pesquisa Docente e Iniciação Científica prevê o apoio a docentes e discentes por meio de três programas de incentivo à iniciação à pesquisa e investigação científica e tecnológica. São eles:

- a) Programa de Apoio à Pesquisa Docente e Iniciação Científica;
- b) Programa de Apoio à Participação em Eventos Científicos; e
- c) Programa de Apoio à Publicação Científica.

A operacionalização dessas atividades é conduzida por um Grupo de Trabalho formado por professores que já trabalhavam com iniciação científica nas antigas faculdades isoladas e que após o processo de unificação das mantidas tem o desafio de criar políticas e ações institucionais de forma integrada visando a criação de um Núcleo de Pesquisa que terá as seguintes atribuições:

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

Integram as atividades do Grupo de trabalho pensar diretrizes, políticas e estratégias visando ao incentivo, entre alunos e professores, à publicação de artigos em periódicos técnicos e científicos e a promoção de processos seletivos, com a finalidade de concessão de bolsas para projetos desenvolvidos por estudantes regularmente matriculados.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

Objetiva-se, com isso, o incentivo regular à formação de seus alunos e à construção de espaços institucionais que visam à divulgação das pesquisas realizadas e ao debate entre os estudantes e professores. Afinal, um ambiente acadêmico é constituído pela reflexão constante da comunidade. A Iniciação Científica é um dos instrumentos institucionais que integram a política de fomento e divulgação das atividades regulares dos alunos pesquisadores do Centro Universitário Armando Álvares Penteado. Após Parecer de comissão de professores doutores indicados pela diretoria do curso, os alunos que tiverem seus projetos aprovados receberão uma bolsa parcial concedida na forma de desconto na mensalidade. Orientado por professores doutores, o aluno também poderá requerer, dos órgãos de fomento à pesquisa, uma bolsa desde que apresente um projeto de pesquisa compatível com a área de conhecimento do pesquisador e do orientador.

Desde a unificação das Faculdades, as linhas de pesquisa estão sendo orientadas pelos trabalhos de iniciação científica, de modo que elas se consolidem a partir da identidade institucional e da produção docente e inicialmente por meio da definição de eixos temáticos.

1.12.5 CoLAB – Agência Experimental

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda é responsável pelas atividades da agência experimental CoLAB, que simula as atividades de uma agência de comunicação.

A cada início de semestre, estudantes de todos os cursos podem se inscrever para participar da equipe daquele semestre. A coordenação do curso designa um professor para coordenar e orientar os trabalhos dos estudantes. É também a coordenação do curso responsável pela parceria com empresas reais do mercado que trazem seus problemas de comunicação para serem estudados pelos estudantes.

As atividades da agência experimental vão desde a criação de logomarcas, proposta de campanhas de branding, produto e serviço, campanhas internas e, também, a gestão e produção de conteúdo para redes sociais.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

1.12.6 Atividades de Extensão

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

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

Ao construir a nova política da ação extensionista, com base na Resolução CNE/CES 7/2018, o principal objetivo é definir e caracterizar o contexto e a situação a ser trabalhada e buscar os referenciais teóricos que sustentem a prática, a metodologia ou estratégia da intervenção e o processo avaliativo. Para tanto, torna-se necessário envolver grupos e profissionais da pesquisa e Pós-Graduação da IES, privilegiando ações interdisciplinares que favoreçam a inovação, a produção de conhecimento e a socialização de saberes que transformem a comunidade.

Considerando os princípios descritos, as ações de extensão podem ser realizadas como programas, projetos, cursos, eventos, parcerias e prestação de serviços, elaboração de produtos.

As atividades de extensão terão como objetivo a integração das atividades de formação teórica e prática e deverão seguir as diretrizes do plano Nacional de Educação, da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.

A Instituição já desenvolve inúmeras ações extensionistas especialmente para o enriquecimento da formação profissional dos alunos e para o estreitamento dos laços com a comunidade na qual se insere. Além das ações promovidas pela Fundação no âmbito do Museu de Arte Brasileira (MAB) e do Teatro FAAP, ações essas frequentes e diretamente



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

relacionadas com a identidade institucional, a Coordenação Pós-Graduação e Extensão junto com as coordenações de curso organizam atividades para toda a comunidade acadêmica discentes, docentes e pessoal técnico-administrativo, tais como: simpósios, cursos, fóruns, seminários, palestras e mostras vinculadas ao Projeto Pedagógico Institucional e projetos pedagógicos dos cursos.

A estratégia utilizada é a participação dos discentes, docentes, pessoal técnico administrativo, em simpósios, cursos, fóruns, seminários, certificações, palestras, mostras e no projeto FAAP Social, sempre objetivando a aproximação da IES com a comunidade em que está inserida.

Com a unificação das Faculdades Isoladas e também com o objetivo de potencializar as ações de extensão e envolver toda a comunidade acadêmica, foi criado um Projeto de Extensão de caráter institucional com a finalidade de contribuir com uma formação mais ampla, multidisciplinar e multiprofissional que abarca alunos de diferentes cursos em uma prática extensionista, incentivando o seu protagonismo diante dos desafios de diferentes realidades e comunidades parcerias da instituição.

A partir da experiência construída na FAAP Social e com base na interlocução com coordenadores e NDE dos cursos de graduação serão planejadas as atividades extensionistas que fazem parte do currículo e trajetória formativa do aluno sendo descritas em documentos específicos relacionados com as ações de extensionistas, com vistas ao cumprimento da Resolução CNE/CES 7/2018.

1.13 Apoio ao Discente

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

- Centro de Empreendedorismo/FAAP B. HUB: espaço para que executivos de grandes empresas interajam com alunos e ex-alunos empreendedores e, juntos, possam fazer a criação conjunta de novos projetos.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- **Gestão de Carreiras:** intermediação de estágios curriculares ou profissionais, buscando oferecer a melhor estrutura para que seus alunos e ex-alunos desenvolvam carreiras bem-sucedidas.
- **Instituto Confúcio para Negócios FAAP:** promoção da língua e da cultura chinesas, com a ênfase em negócios, oferecendo, além do estudo da língua, seminários empresariais, cursos de capacitação sobre a China e atividades culturais e artísticas, com o intuito de melhorar o conhecimento mútuo sino-brasileiro, criando uma plataforma de negócios para temáticas relacionadas à China.
- **Setor de Internacionalização:** identificação de programas de cooperação técnica e científica adequados às diretrizes de excelência, dando suporte à celebração, ao desenvolvimento, à execução e à organização dos convênios firmados.
- **Central de Bolsas:** responsável pela seleção e acompanhamento de bolsas de estudos. A cada fim de semestre, os alunos são avisados sobre os prazos e os documentos necessários para a inscrição no processo para concessão das Bolsas.
- **Processo Seletivo (Vestibular):** órgão responsável pelo ingresso do aluno e tem, sob a sua responsabilidade, não só a inscrição, mas também o agendamento da orientação de carreira com o corpo acadêmico da Instituição.
- **Ouvidoria:** com o objetivo ampliar e aprimorar a comunicação entre os órgãos gestores do curso e os demais componentes da comunidade acadêmica para encaminhamento de informações, questionamentos e propostas administrativas e pedagógicas sobre o curso.
- **Monitoria:** considerada como atividade complementar optativa, é regulamentada por normas estabelecidas.
- **Nivelamento:** Curso de Comunicação Escrita, que tem como objetivo o nivelamento na área de Comunicação e Expressão e é oferecido na modalidade a distância.
- **Apoio aos alunos da modalidade de educação a distância:** os alunos da EaD contam com Área da Coordenação no AVA, Horário de plantão do coordenador do curso, Área de Ambientação, Aula Inaugural.
- **Área do Aluno:** espaço específico, acessado por meio do site da Instituição, disponível aos estudantes durante todo o período letivo para atualizar dados cadastrais, consultar notas e histórico escolar, obter informações sobre o setor financeiro (boletos,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

demonstrativos financeiros). Nessa área dedicada ao estudante, ele encontra, também, links para realizar agendamento de provas, requerimento de matrícula e rematrícula e obter informações descritas em materiais produzidos exclusivamente para orientá-lo, tais como: Manual do Aluno, Regulamento das Atividades Complementares, além de acessar a Biblioteca Virtual e a Secretaria on-line. Na IES, a área do aluno é denominada como Graduação on-line.

- **Secretaria on-line:** espaço em que o estudante tem acesso a procedimentos internos, ao calendário e a declarações on-line que são validadas eletronicamente. Entre as declarações disponíveis estão transferências Internas, trancamento de matrícula, revisão de média/provas regimentais/exames especiais, reativação de matrícula, ouvidoria, histórico escolar, dispensa de disciplinas para estudantes de outras IES. Dentre as atividades descritas, algumas já estão implantadas e outras estão em processo de implantação pelo setor responsável.

- **Apoio Psicopedagógico:** desenvolvido em três momentos: o primeiro é de identificação da situação e da necessidade do aluno e está sob responsabilidade do coordenador de curso; o segundo momento, de acordo com a necessidade e complexidade da situação problema, esta é discutida e encaminhada ao NDE; finalmente, o terceiro e último momento do processo de acompanhamento psicopedagógico consiste na definição dos encaminhamentos e dos profissionais envolvidos na sua solução. Todo o processo é compartilhado com o aluno de forma transparente e madura.

- **Núcleo de Inovação em Mídia Digital da FAAP (NiMD-FAAP):** lançado em 2014, o Núcleo de Inovação em Mídia Digital (NiMD) tem como propósito estimular o desenvolvimento da linguagem digital no campo da Comunicação e estabelecer uma aproximação do mercado profissional com o ambiente acadêmico. As atividades do NiMD envolvem a idealização de cursos de Extensão e Pós-Graduação bem como a realização de eventos e projetos especiais.

- **Network Map:** aplicativo que os alunos e ex-alunos da Instituição podem utilizar para fazer networking com colegas da Instituição bem como para identificar alunos ou ex-alunos que trabalham na mesma empresa, encontrar pessoas que estudaram na FAAP e trabalham em regiões próximas (mesmo fora do país), descobrir pessoas de diferentes cursos que possuam afinidades profissionais, conversar com outros usuários e adicioná-los em



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

outras redes sociais e manter-se atualizado com as últimas notícias sobre o que acontece na FAAP.

- Academia: disponibilizada, dentro do próprio campus da FAAP, com sala de musculação, sala de spinning, sala de ginástica e avaliação física para alunos e professores.
- Organização Estudantil (Espaço para Participação e Convivência Estudantil): efetiva na promoção de atividades culturais, esportivas e acadêmicas, com autonomia para realização de seus próprios eventos. A representação discente é escolhida pelos alunos regulares, entre seus pares, sob a coordenação do Diretório Acadêmico e possui assento em todos os órgãos colegiados da Instituição.
- Associação dos Antigos Alunos da FAAP: canal de comunicação entre os ex-alunos e a Instituição. Seu site www.aaafaap.org.br, permite que ex-alunos possam localizar colegas de turma, procurar ou oferecer emprego, receber informações atualizadas das atividades desenvolvidas no campus, em qualquer lugar, a qualquer hora.

1.13.1 Apoio Acadêmico ao aluno Portador de Necessidades Especiais (PNE)

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

Não há nenhum tipo de restrição para os alunos portadores de necessidades especiais, já que todos os prédios são servidos por elevadores com as dimensões exigidas. Existem rampas de acesso dentro dos prédios, quando a estrutura deles assim o exige, e fora deles; há, também, sanitários exclusivos para deficientes. Todas as instalações para portadores de necessidades especiais estão de acordo com a Portaria nº 1.679 de 02/12/1999 (Ministério da Educação) e a NBR 9.050/1994 (ABNT), que dispõe sobre as condições de acesso de pessoas portadoras de deficiências.

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Além da preocupação com as barreiras físicas, o Centro Universitário Armando Álvares Penteado tem a preocupação de cuidar da permanência de pessoas com necessidades especiais.

Já no processo seletivo, é oferecido atendimento especializado aos participantes com baixa visão, cegueira, deficiência física, deficiência auditiva, surdez, surdo-cegueira, dislexia, déficit de atenção, autismo, discalculia ou com outra condição especial.

No ato da inscrição para o processo seletivo o candidato indica o auxílio ou o recurso que necessita, como: prova em braile, prova em letra ampliada (fonte de tamanho 18 e com figuras ampliadas), prova em letra superampliada (fonte de tamanho 24 e com figuras ampliadas), tradutor-intérprete de LIBRAS, guia-intérprete para pessoa com surdo-cegueira, auxílio para leitura, auxílio para transcrição, leitura labial, sala de fácil acesso e mobiliário acessível.

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

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

Durante o período de planejamento acadêmico, no início de cada período letivo, ocorre o Projeto de Atualização Pedagógica. Neste, são desenvolvidos cursos, seminários e palestras que colaboram para a melhoria contínua dos docentes, com a abordagem de temas referentes à política educacional, a métodos e práticas de ensino, avanços tecnológicos e temas pertinentes à educação, não descuidando da preparação dos docentes para atuar, de forma, com o corpo discente que é portador de necessidades especiais.

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

O apoio psicopedagógico também é realizado pelo coordenador em conjunto com os docentes do curso e do NDE, de forma que alunos com deficiência possam ser atendidos em suas necessidades, por exemplo, ampliação de materiais, aplicação de avaliações considerando um tempo maior para alunos com déficit de atenção, hiperatividade ou autismo.

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

- **Acessibilidade institucional e apoio psicopedagógico**

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

Diversos professores relataram suas dificuldades em lidar com situações críticas que ocorrem em sala de aula decorrentes desta falta de conhecimento e orientação. Após algumas conversas e reuniões com alguns professores foi realizado um levantamento junto a profissionais e empresas especializadas na área de Inclusão, sobre o mapeamento, identificação e discussão de casos específicos de alunos na IES.

De todas as conversas e entrevistas realizadas, o Colégio Graphein foi o que demonstrou conhecimento técnico e abordagem humanista frente às questões da inclusão. Josef Vanboim, ex-aluno do curso de Administração da instituição e diretor desse colégio, possui um conhecimento singular e uma equipe capacitada e atuante em termos de Inclusão. O Colégio Graphein é uma escola diferenciada que atende alunos com necessidades especiais, de grau leve, moderado e severo, por meio de programas singulares, nos quais cada aluno possui um programa de ensino único e adequado às capacidades e necessidades individuais.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Entendendo que esta cultura de inclusão social, deveria ser iniciada por meio de uma conversa com os profissionais da área, a primeira iniciativa aconteceu em 2016, durante a Semana das Artes. Após esse primeiro encontro, outros professores se interessaram pelo tema e formou-se um Grupo Operativo para pensar e discutir sobre a formação dos professores e demais profissionais da IES interessados e comprometidos com a temática.

Em virtude da pandemia do COVID-19, a criação do Núcleo de Acessibilidade (NACE - FAAP) se deu no início do ano de 2021, quando as atividades do grupo de trabalho foram retomadas e as discussões sobre elaboração do regulamento, plano de ação e ações de capacitação institucional foram concretizadas.

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

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

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

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

Visa trabalhar de forma simples, priorizando a organização de conteúdos, atividades e avaliações. Utiliza, para isso, os “Módulos” do Canvas, os quais auxiliam na gestão dos



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

recursos e na orientação para os alunos e para o aprendizado personalizado, objetivando a agilidade na entrega do aprendizado.

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

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

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

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

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

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

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

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

Quanto à administração, o Canvas possibilita a criação de diversas subcontas, o que facilita a administração de Coordenadores e Diretores, uma vez que não se fazem necessárias suas inscrições nas disciplinas para que tenham acesso. Um perfil é aplicado na conta e,



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

automaticamente, ele pode analisar todo material que está sendo publicado pelos professores.

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

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

Durante o período de pandemia do COVID-19 a IES utilizou diversas plataformas e ferramentas tecnológicas como o Canvas, Microsoft Office 365, Microsoft Teams, Adobe e reforçou a contratação de outras como Zoom e Cisco Webex, As tecnologias de informação e comunicação possibilitaram a realização de videoconferências e acesso aos laboratórios de forma *online* via plataforma síncronas permitindo que alunos e professores realizassem a troca de informações por áudio e vídeo por meio das aulas e demais atividades ministradas de forma remota. A contratação dessas ferramentas também permitiu a continuidade das atividades acadêmicas, de atendimento aos alunos e dos setores administrativos da IES.

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

1.15 Equipe multidisciplinar e material didático instrucional

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

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

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



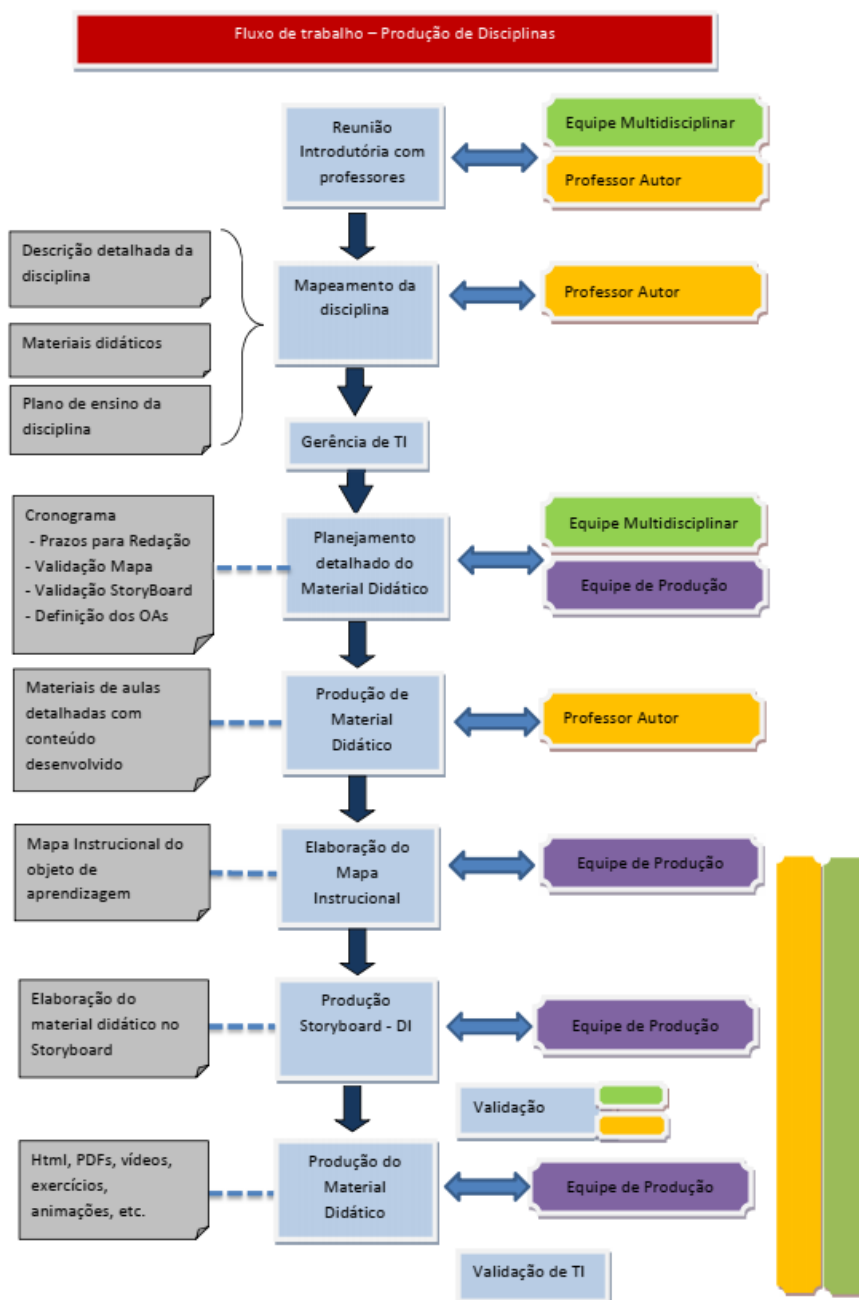
CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Fluxograma 1 – Fluxo de trabalho para produção de disciplinas - EaD





CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

O desenvolvimento de material didático e pedagógico pode contemplar:

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

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Fluxograma 2 – Fluxo de trabalho para conferência e liberação de disciplinas - EaD

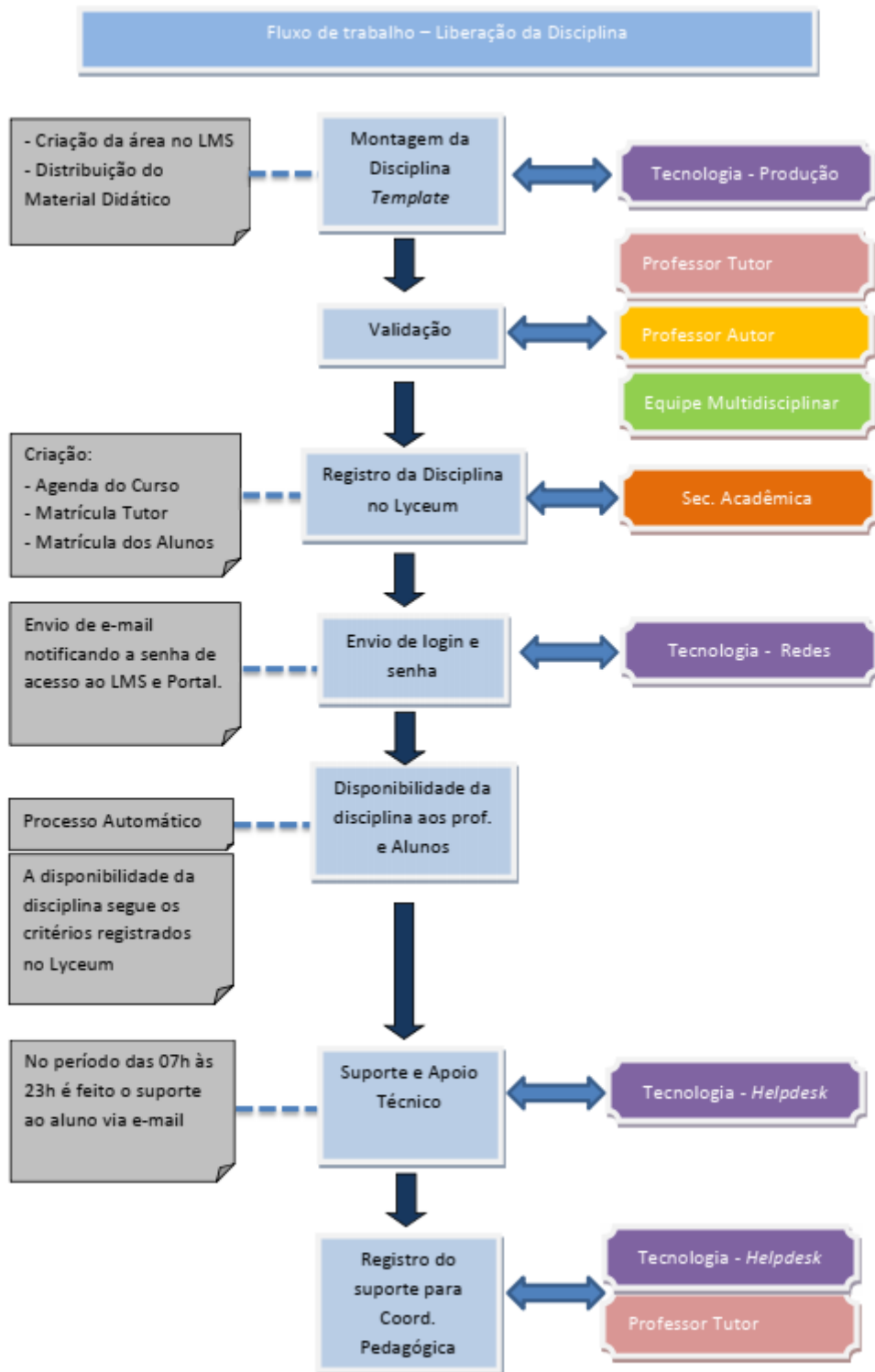


CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.





CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

1.16 Convênios e parcerias

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

fazem uma imersão na cultura e na política dos países visitados e ainda têm contato com o mercado profissional do local, visitando empresas e conversando com especialistas.

- **Gestão de Carreiras:** cultiva parceria com empresas dos mais diversos segmentos, oferecendo oportunidades de estágios, vagas efetivas e programas de trainee, além de todo o respaldo para a orientação profissional, desde a confecção de currículos, preparação para processos seletivos, informações sobre o mercado de trabalho, áreas de atuação, legislação e realizações de seleções internas para possíveis indicações às companhias.

- **A Associação dos Antigos Alunos da FAAP – AAAFAAP** - responsável pelas parcerias e convênios que garantem descontos para ex-alunos da Instituição como descontos exclusivos nos cursos de Pós-Graduação, no Teatro FAAP, na Livraria Cultura (via web). A Associação também faz a interlocução da instituição com líderes políticos e representantes e expoentes do mercado empresarial, promovendo agenda de palestras, eventos e outras atividades que são realizadas na FAAP.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

2. Corpo Social e tutorial

2.1 Coordenação de Curso

A coordenação do Curso de Comunicação Social é exercida pelo Professor Titular Pleno Luiz Felipe Cerqueira e Silva Pondé, subordinado à Direção Acadêmica do Centro Universitário Armando Álvares Penteado.

O professor é Mestre em Filosofia pela FFLCH da USP e Universidade de Paris VIII, Doutor em Filosofia pela FFLCH da USP e Pós-doutor pela Universidade de Tel Aviv. Foi professor convidado da Escola Paulista de Medicina da Unifesp. É autor de livros, como: O Homem Insuficiente, Edusp; Conhecimento na Desgraça, Edusp; Crítica e Profecia, Filosofia da Religião em Dostoievski, ed. 34; Contra um Mundo Melhor, Ed. Contexto; Filosofia para Corajosos, Ed. Planeta; Marketing Existencial, Ed. Três Estrelas, entre outros títulos. Também é colunista do jornal Folha de S Paulo e comentarista da TV Cultura.

O Prof. Dr. Luiz Felipe Cerqueira e Silva Pondé é professor titular pleno da área de Filosofia.

O regime de trabalho do Prof. Luiz Felipe Cerqueira e Silva Pondé, Coordenador do Curso de Comunicação Social, é de tempo integral, o que computa 40 horas semanais de trabalho na Instituição. Essa jornada compreende a gestão do curso, a interação com os professores - tutores e a equipe multidisciplinar; além do atendimento aos discentes e apoio psicopedagógico. Sua presença e representatividade nos órgãos colegiados do Curso (NDE e reunião com discentes) serão pautadas em um plano de ação documentado e compartilhado, emanado dos indicadores estabelecidos pela Diretoria Acadêmica.

2.2 Atuação do Coordenador

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

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

Art. 15 - São atribuições do Coordenador de Curso:



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

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

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

2.3 Núcleo docente estruturante - NDE

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

- ter, pelo menos, no mínimo três quintos de seus membros com titulação acadêmica



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

obtida em programas de pós-graduação *Stricto Sensu*;

- ter todos os membros em regime de trabalho em tempo parcial ou integral na instituição, sendo pelo menos um quinto em tempo integral;

- a indicação dos membros do NDE deverá ser feita através de processo de indicação da Coordenadoria de Curso.

- os membros deverão permanecer por 3(três) anos no NDE, no mínimo, exceto por causa de força maior ou imprevista ou devido a desligamento do docente. A cada 3(três) anos, poderão ser substituídos até dois quintos dos membros do NDE de modo a assegurar continuidade no processo de acompanhamento do curso.

- o docente que porventura for nomeado para substituir outro, desligado do NDE antes do término do mandato de 3(três) anos, deverá permanecer com este status apenas até o término do mandato daquele que substitui, podendo participar normalmente no processo de renovação do NDE quando de sua realização.

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

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

A renovação dos membros do NDE será feita pela Coordenação do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e aprovada pelo órgão Colegiado.

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

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

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

Atualmente compõem o NDE do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda os seguintes docentes:

Docente	Titulação	Jornada
LUIZ FELIPE DE CERQUEIRA E SILVA PONDÉ	DOUTOR	INTEGRAL
ERIC EROI MESSA	MESTRE	INTEGRAL
JOSE ROBERTO D'ELBOUX	DOUTOR	INTEGRAL
KARINA BOUSSO	DOUTORA	INTEGRAL
ROBERTO BERTANI	DOUTOR	PARCIAL

2.4 Funcionamento do colegiado de curso ou equivalente

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

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

- I. pelo Coordenador de Curso, seu Presidente nato;
- II. pelos professores titulares, adjuntos, associados e assistentes do curso;



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

III. por um representante discente, na forma da lei, com mandato de um ano, vedada sua recondução ao cargo.

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

Parágrafo único - Quando o Diretor estiver presente à reunião assumirá a presidência da mesma.

Art. 14 Compete à Coordenadoria de Curso:

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

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

2.5 Perfil Docente

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

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

- Alicerçar os cursos entre os mais bem conceituados do país.
- Formar cidadãos atentos aos problemas sociais e suas soluções;



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

- Formar profissionais competentes e criativos na sua área profissional;
- Estimular o empreendedorismo e formar empreendedores;
- Incentivar a curiosidade científica; e,
- Promover o contato do aluno com a realidade do mercado.

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

3. Infraestrutura

3.1 Espaço Físico

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

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

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

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

3.1.1 Espaço de trabalho para docentes em tempo integral

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

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

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

Os demais professores possuem uma sala compartilhada, composta por 17 estações de trabalho, 25 armários individuais e equipamentos eletrônicos, além de uma sala de



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

reuniões anexa. Além disso, os professores de tempo integral utilizam a sala de reuniões e a sala de atendimento no espaço próprio da Instituição.

3.1.2 Espaço de trabalho para o coordenador

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

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

3.1.3 Sala coletiva de professores

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

3.1.4 Salas de aula

Todas as salas de aula estão equipadas com ar-condicionado central, com temperatura controlada; equipamento de som (microfone e caixas de som); recursos computacionais; projetor de multimídia; tela de projeção retrátil; quadro branco; apagadores e canetas especiais; carteiras com acento e encosto com espuma injetada e revestida em tecido; e, prancheta revestida em fórmica, mesa e cadeira (também estofada e revestida em



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

tecido) para professor. As salas também possuem um suporte de inspetoria que fica à disposição nos andares e presta atendimento aos professores e alunos.

3.2 Acesso dos alunos a equipamentos de informática

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

3.3 Laboratórios

3.3.1 Laboratórios de Formação Específica

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

Laboratório de Pesquisa

Número: 5S12

Prédio: 5

Utilização: Práticas das disciplinas de Pesquisa.

Capacidade para 26 alunos

Área Total: 55 m²

Equipamentos: Microfone ambiental com conexão XLR, Gravador Digital TASCAM DR 680, Câmera de Vídeo Canon Vixia HF 10, Tripé



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Complemento: O laboratório permite a realização de simulações de pesquisa de opinião, simulação de treinamento e mídia training.

Laboratórios de Mac

Número: 5T16, 5T18 e 5T20

Quantidade: 3

Prédio: 5

Capacidade para 83 alunos

Utilização: Disciplinas de Criação Publicitária e Produção Gráfica e Digital

Área Total: 150 m²

Equipamentos: 58 computadores, Projetor Multimídia, Scanner Epson, Caixa de som

Complemento: Disponível para utilização dos alunos fora do horário de aula.

Laboratório Fotografia Digital

Número: 1125

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Produção Fotográfica e Fotografia Publicitária

Capacidade para 27 alunos

Área Total: 93 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 15 computadores, Scanner

Laboratório de Edição – Multimeios

Número: 1119

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária

Capacidade para 34 alunos

Área Total: 64 m²

Equipamentos: Projetor Full HD, Bluray, 10 estações de trabalho – Mac com Avid Media Composer, Chaveador A/V 20 canais, Projetor Full HD, 2 Moviolas 16/35mm



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Laboratório de Edição – Multimeios

Número: 1107^a

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária

Área Total: 2 m²

Equipamentos:

- estação de trabalho para edição não linear de vídeo e áudio com software avid media composer satellite v.3.5
- servidor central de vídeo, composto por unidade de memória em disco rígido própria para armazenamento capacidade 16 tb, modelo avid 149nity media network.

Laboratórios de Pós-Produção – Multimeios

Número: 1107

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária

Área Total: 10,12 m²

Equipamentos: Estação Gráfica de Pós-Produção Cin 4D, Servidor de Vídeo, Ilha DVCam linear

Complemento: Estação gráfica utilizada pelos alunos para finalização dos trabalhos em vídeos 3D.

Ilha de Edição – Multimeios

Número: 1109

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária

Capacidade para 20 alunos

Área Total: 130 m²



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Equipamentos: 4 Estações de edição de vídeo composto de computador, placa de captura e softwares de edição final: Cut, After Affects e PhotoShop.

Estúdio Multimeios A

Número: 1111

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária

Área Total: 36 m²

Equipamentos: Estúdio de gravação e fotografia: mezanino com equipamentos para gravações, grid de iluminação e caixa de iluminação.

Estúdio Multimeios B

Número: 1111

Prédio: 1

Utilização: Disciplinas de Prod. Audiovisual e Sonora, Filme Publicitário e Criação Publicitária

Área Total: 58 m²

Equipamentos: Estúdio híbrido de gravação e fotografia: equipamentos para gravações, grid de iluminação e caixa de iluminação

Laboratório de Som – Multimeios

Número: 1107B

Prédio: 1

Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora

Área Total: 18 m²

Equipamentos: estações de trabalho para mixagem e pós-produção de áudio com software protocols hd, digidesign/avid; Projetor full HD; Teclado Sony; Cabine de gravação de voz

Estúdio de Rádio



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Número: 1202^a

Prédio: 1

Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora

Área Total: 12,38 m²

Equipamentos: 4 microfones, 4 fones de ouvido

Estúdio de Rádio (1)

Número: 1206B

Prédio: 1

Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora

Capacidade para 18 alunos

Área Total: 10 m²

Equipamentos: 6 microfones, 6 fones de ouvido,

Estúdio de Rádio (4)

Número: 1226

Prédio: 1

Utilização: Disciplina de Prod. Audiovisual e Sonora

Capacidade para 10 alunos

Área Total: 15,75 m²

Equipamentos: 1 computador para edição, Hybridos, cd player, 1 md players, 5 microfones, 5 fones de ouvido

Sala de Usuários – PC

Número: 1101

Prédio: 1

Capacidade para 26 alunos

Área Total: 55 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 26 Computadores



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Sala de Usuários – Mac

Número: 1103

Prédio: 1

Capacidade para 26 alunos

Área Total: 52 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 Computadores, 26 mesas

Sala de Usuários

Número: 1105

Prédio: 1

Capacidade para 26 alunos

Área Total: 58 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 25 Computadores

Sala de Apoio de Informática

Número: 1210

Prédio: 1

Utilização: Sala de apoio com recursos de informática.

Área Total: 9,8 m²

Equipamentos: 4 computadores

Sala de Usuários

Prédio: 3

Capacidade para 63 alunos

Equipamentos: Impressora, 63 computadores

Sala de Usuários – Cenin

Número: 5S22

Prédio: 5

Utilização: Aulas das disciplinas Seminário de Criação e Laboratório de Roteiro

Capacidade para 23 alunos



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Área Total: 40 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 40 cadeiras

Sala de Usuários - Cenin

Número: 5S23

Prédio: 5

Capacidade para 15 alunos

Área Total: 40 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 14 computadores, 29 cadeiras

Sala de Usuários - Cenin

Número: 5S24

Prédio: 5

Capacidade para 23 alunos

Área Total: 40 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 40 cadeiras,

Sala de Usuários - Cenin

Número: 5S25

Prédio: 5

Utilização: Aulas da disciplina: Pós-Produção Digital

Capacidade para 23 alunos

Área Total: 64 m²

Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 40 cadeiras

Sala de Usuários - Cenin

Número: 5S26

Prédio: 5

Capacidade para 23 alunos

Área Total: 64 m²



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Equipamentos: Projetor Multimídia, 23 computadores, 38 cadeiras

3.4 Biblioteca

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

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

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

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

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

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

3.4.1 Formas de Atualização e Expansão do Acervo

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

O usuário tem livre acesso ao acervo e, em sua maior parte, incluindo livros e referências, está ordenada pela Classificação Decimal Universal (CDU), sendo substituída pela Classificação Decimal de Dewey (CDD) e pela Classificação Decimal de Direito (CDDir). O processamento técnico das obras segue as normas mais recentes do Código de Catalogação Anglo Americano (AACR2R). Os catálogos, teses, dissertações, CDs, mapas e plantas são ordenados por numeração sequencial, também sendo substituídos por CDD, conforme a chegada de aquisições. Os periódicos são organizados por ordem alfabética de acordo com os títulos.

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

³ Os trabalhos de conclusão de curso são, hoje, mantidos e guardados de acordo com a Portaria nº 1.224, de 18 de dezembro de 2013.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

3.4.2 Horário de Funcionamento

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

3.4.3 Serviços Oferecidos

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

Bases de Dados:

EBSCO

Art & Architecture Complete: artes, design, arquitetura.

Business Source Complete: área de negócios, incluindo marketing, administração, contabilidade, finanças e economia.

Communication & Mass Media Complete: comunicação e a mídia de massa.

Fonte Acadêmica: ênfase em economia, história, direito, literatura, filosofia, administração pública, entre outras.

Humanities International Complete: (ciências humanas) todos os dados do Humanities International Index.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

International Bibliography of Theatre & Dance with Full Text: ferramenta para o estudo de teatro e áreas de artes performáticas.

International Security & Counter Terrorism Reference Center: informações sobre praticamente cada dimensão de segurança e antiterrorismo.

Legal Collection: atualidades, estudos atuais, pensamentos e tendências do mundo jurídico.

Regional Business News: negócios regionais cobrindo todas as áreas urbanas e rurais nos EUA.

World Politics Review: especialidades nos assuntos de jornalismo, organizações de pesquisa, universidades, governo e outros.

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

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

Modos de acesso

Nos campi da FAAP: sem necessidade de senha

Link: <http://search.ebscohost.com>

Acesso remoto

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

Dados do acervo da Biblioteca FAAP



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

BIBLIOTECA CENTRAL E UNIDADES - 2020		
Livros - Area do conhecimento - (CNPQ)	Títulos	Volumes
1 – Ciências Exatas e da Terra	3877	6861
2 – Ciências Biológicas	369	588
3 – Engenharias	6392	10117
4 – Ciências da Saúde	747	1022
5 – Ciências Agrárias	129	170
6 – Ciências Sociais Aplicadas	39095	57361
7 – Ciências Humanas	8423	12118
8 – Linguística, Letras e Artes	15775	20866
9 – Outros	16	19
TOTAL	74823	109122

Fonte: Pergamum – Dados até dezembro / 2020

BIBLIOTECA CENTRAL E UNIDADES - ACERVO GERAL - 2020	
Tipo de material	Títulos
Catálogos e folhetos	7286
Jornais	8
Livros	74848
Material audiovisual: VHS / DVD / CD / Audiolivro / Blu-ray	8850
Normas técnicas	330
Periódicos	1068
TCCs	933
Teses / Dissertações	129
Mapas / Plantas	116
TOTAL	93568

Fonte: Pergamum – Dados até dezembro / 2020

TOTAL GERAL DO ACERVO - 2020	
TITULOS	96911
EXEMPLARES	223794

Fonte: Pergamum – Dados até dezembro / 2020



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

4. Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa

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

- **Avaliação do NDE:** o Núcleo Docente Estruturante, composto por no mínimo 05 (cinco) professores e organizado segundo Regulamento próprio, será responsável, entre outras coisas, por:

- criar e difundir as diretrizes do projeto pedagógico, estabelecendo uma cultura institucional;
- acompanhar a implantação do PPC para, em um processo de avaliação, garantir a constante melhoria das condições de ensino; e,
- propor modificações sempre que julgar necessário.

- **Avaliação da CPA:** a avaliação do Projeto Pedagógico do Curso é parte decisiva do processo de autoavaliação e enfoca a concepção do currículo, a organização didático-pedagógica, práticas pedagógicas e as práticas institucionais. Dentre as questões que são avaliadas, pode-se identificar: a sistemática e periodicidade da revisão curricular, os critérios que orientam o trabalho de revisão, a correspondência do currículo e programas ao perfil esperado do egresso e a maneira como as diretrizes curriculares foram incorporadas pelo PPC.

O Relatório da CPA é encaminhado para a Instituição, no momento em que é anexado no e-MEC.

Com as mudanças introduzidas pela Nota Técnica INEP/DAES/CONAES nº 065, de 09 de outubro de 2014, a CPA definiu que: a Instituição deve entregar anualmente, até o final do mês de novembro, cópia de todos os documentos, próprios de cada relatório parcial e relatório final, para serem analisados, objetivando verificar se as recomendações que foram indicadas anteriormente estão sendo seguidas e as fragilidades estão sendo corrigidas.⁴

Os alunos são sensibilizados e orientados para a Avaliação Institucional por meio de

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

As pesquisas de opinião dos corpos: docente; técnico-administrativo, e, egressos são aplicadas eletronicamente sempre 2º semestre letivo e o resultado, das mesmas, é disponibilizado no ambiente virtual e a cópia física fica disponível na sala da CPA. Já, as pesquisas de opinião aplicadas ao corpo discente (avaliação institucional e avaliação docente) são realizadas semestralmente e o processo de disponibilização é o mesmo.

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

Periodicamente é realizada, pelos membros da CPA, uma revisão das pesquisas no sentido de adequar cada questionário a realidade do momento. Algumas revisões são feitas em razão dos comentários que os participantes, das pesquisas, deixam registrados.

- **Avaliação Externa:** além das avaliações internas, de acordo com a legislação vigente, o curso estará sujeito, também, à avaliação externa por uma Comissão de Especialistas "*ad hoc*"⁵

⁵ O resultado das avaliações dessas avaliações deverá dar suporte à elaboração do Relato Institucional



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Referências Bibliográficas

BALBÉ, M. M. G. **A interlocução entre professor tutor e aluno na educação a distância.**

Educar, Curitiba, n. 21, p. 215-224. 2003. Editora UFPR, 2003.

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

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Decreto nº 5.626**, de 22 de dezembro de 2005, que regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm. Acesso 15 de maio de 2021.

_____. Casa Civil. Presidência da República. **Lei nº 11.788**, de 25 de setembro de 2008, que dispõe sobre o estágio de estudantes. Brasília: Casa Civil, 2008. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm. Acesso em 13 de março de 2021.

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

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

[resolucao1-2010-conae&category_slug=outubro-2010-pdf&Itemid=30192](#). Acesso em 25 de setembro de 2021.

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

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

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

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

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

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

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Resolução nº 1**, de 30 de maio de 2012, que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

Diário Oficial da União nº 105, de 31 de maio de 2012. Seção 1. p. 48. Disponível em http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/rcp001_12.pdf. Acesso em 27 de setembro de 2021.

_____. Ministério da Educação. **Portaria n.º 2.051**, de 09 de julho de 2004, que Regulamenta os procedimentos de avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído na Lei no 10.861, de 14 de abril de 2004. Publicado no Diário Oficial da União em 12 de julho de 2014, p. 12-13. Disponível em <http://meclegis.mec.gov.br/documento/view/id/32>

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



CENTRO UNIVERSITÁRIO ARMANDO ALVARES PENTEADO

Credenciado pela Portaria MEC nº 865 de 03 de novembro de 2021, publicada no D.O.U. em 04 de novembro de 2021 Seção 1, pág. 294.

Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

Reconhecido pela Portaria SERES nº 948, de 30 de agosto de 2021, publicada no D.O.U. em 31 de agosto de 2021 Seção 1, págs. 36-41.

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

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

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

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

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

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

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