



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CONSELHO DO ENSINO, DA PESQUISA E DA EXTENSÃO**

RESOLUÇÃO Nº 17/2017/CONEPE

Aprova o Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda – Bacharelado, da Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos.

O CONSELHO DO ENSINO, DA PESQUISA E DA EXTENSÃO da UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE, no uso de suas atribuições legais e,

CONSIDERANDO a Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002 que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Comunicação Social e suas habilitações;

CONSIDERANDO a Resolução CNE/CES nº 02, de 18 de junho de 2007, que trata da carga horária mínima dos Cursos de Graduação, Bacharelado, na Modalidade Presencial;

CONSIDERANDO a Resolução CNE/CP 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;

CONSIDERANDO a Resolução CNE/CP nº 1, de 30 de maio de 2012, que estabelece as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos;

CONSIDERANDO a Resolução CNE/CP nº 02, de 15 de junho de 2012, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental;

CONSIDERANDO a Resolução nº 37/2014/CONEPE, que aprova a oferta de disciplina na modalidade semipresencial para os cursos de graduação presenciais da UFS;

CONSIDERANDO a Resolução 14/2015/CONEPE, que aprova alterações nas Normas do Sistema Acadêmico de Graduação da Universidade Federal de Sergipe;

CONSIDERANDO a necessidade de se promover o estabelecimento de novas relações entre os conteúdos programáticos para possibilitar reflexões e contribuições para a educação Publicitária;

CONSIDERANDO o parecer da Relatora, **Consª GISÉLIA CARDOSO**, ao analisar o processo nº 6638/2016-58;

CONSIDERANDO ainda, a decisão unânime deste Conselho, em sua Reunião Extraordinária hoje realizada,

R E S O L V E

Art. 1º Aprovar o Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda da Cidade Universitária Professor José Aloísio de Campos, que funcionará em turno vespertino, e do qual resulta o grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Art. 2º Este curso substituirá o curso de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, turno vespertino, que será extinto gradativamente até seu término no semestre 2019.2.

§1º Havendo alunos remanescentes, após 2019.2, poderão ser ofertadas disciplinas específicas para conclusão do curso até 2020.2, em caráter improrrogável.

§2º Após esse período, alunos remanescentes serão compulsoriamente transferidos para o Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, turno vespertino.

§3º Será garantido aos alunos o prazo de 60 (sessenta) dias, após tomarem ciência da adaptação curricular, para entrarem com recurso junto ao Colegiado do Curso.

Art. 3º O Curso de Publicidade e Propaganda foi formulado a partir da missão institucional da UFS e das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Comunicação Social.

Art. 4º O curso tem como justificativas para sua oferta a necessidade de profissionais da área de Publicidade e Propaganda para atender aos desafios que ora se apresentam, para o estado de Sergipe e Nordeste, no contexto contemporâneo de franca internacionalização.

Art. 5º O curso de Publicidade e Propaganda tem como objetivos:

- I. Geral: formar profissionais críticos capazes de criar soluções comunicacionais especializadas, as quais atendam aos interesses mercadológicos e institucionais, cujas práticas encontrem simetria com a sociedade e seus anseios e estejam coadunados com as mudanças tecnológicas e culturais, sempre em conformidade com o desenvolvimento regional e nacional e com os princípios da ética e do fortalecimento da democracia e da cidadania, e,
- II. Específicos: os objetivos específicos do Curso visam levar o aluno a:
 - a) refletir criticamente acerca da publicidade e propaganda e suas implicações para a sociedade de forma contextualizada, sempre acompanhando as transformações sociais, culturais, tecnológicas, políticas e econômicas;
 - b) praticar a atividade publicitária sob os desígnios da ética e do respeito à cidadania;
 - c) reconhecer as novas tendências publicitárias e as diferentes práticas mercadológicas;
 - d) desenvolver a criatividade, incentivando a inovação e o empreendedorismo;
 - e) dominar o conhecimento necessário para realizar pesquisas de mercado, identificando as características do processo de consumo, comportamento, valores e anseios do público-alvo para o planejamento de estratégias de marketing e comunicação integrada;
 - f) dominar as teorias e práticas necessárias para a criação e produção de campanhas publicitárias e ações comunicacionais que se apresentem como soluções aos problemas identificados;
 - g) aprofundar o conhecimento sobre as especificidades de diferentes linguagens, desenvolvendo a capacidade de análise crítica de produções midiáticas, e,
 - h) desenvolver embasamento técnico e teórico, instrumentalizando o aluno para atuar no mercado de trabalho nas diversas funções: em agências, produtoras, órgãos governamentais e não governamentais, empresas de mídia e nos diversos espaços que necessitem de serviços de comunicação.

Art. 6º O profissional egresso do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda deverá:

- I. possuir a capacidade de resolver os problemas negociais, de marketing e comunicação publicitária dos seus clientes, analisando situações, fazendo diagnósticos, definindo prognósticos ao determinar estratégias e táticas a serem implementadas;
- II. atuar com criatividade para elaborar campanhas publicitárias, a partir das definições estratégicas, que impliquem em soluções eficientes dos problemas mercadológicos e comunicacionais enfrentados por seus clientes;
- III. dominar as linguagens das mensagens publicitárias adequadas às diferentes plataformas midiáticas e veículos de comunicação, bem como públicos a serem atingidos;
- IV. possuir a capacidade de desempenhar funções operacionais e gerenciais em qualquer setor do marketing e da propaganda: na agência; no anunciante; no veículo de comunicação; nos fornecedores de produção e serviços relacionados à área;
- V. capacidade para atuar nas diversas atividades que compõem a atividade publicitária: o atendimento, o planejamento, a criação, a distribuição das mensagens por meios da

comunicação social ou ações não-mídia, a produção, a pesquisa, a atividades vinculadas ao marketing e a comunicação publicitária;

- VI. capacidade de compreender os mecanismos envolvidos no processo de recepção das mensagens publicitárias e seus impactos enquanto mecanismos eficientes que permitem mudar hábitos, promover o consumo, vender produtos e serviços, informar o consumidor, posicionar marcas etc.

Art. 7º Competências e habilidades a serem adquiridas durante a formação:

- I. ter um conhecimento amplo sobre diferentes aspectos e campos da sociedade, com fins de executar com competência sua função de mediação social;
- II. estar apto a uma análise crítica de conteúdos referentes às mídias e suas inserções culturais, políticas e profissionais;
- III. preparar-se para identificar e compreender as transformações no mundo da comunicação social, tanto nas suas tecnologias, linguagens e estruturas de produção, quanto nas modificações e surgimento de novas demandas sociais;
- IV. possuir uma visão integradora como comunicador social, que transcenda à mera execução de tarefas profissionais. Isto exige uma compreensão do papel da comunicação no mundo contemporâneo e das inter-relações entre a comunicação e demais processos sociais, seja numa perspectiva histórica, seja na atualidade;
- V. possuir domínio de capacidade expressiva rica e diversificada, que valorize os fundamentos da Língua Portuguesa, bem como as manifestações culturais, regionais e nacionais, interligadas a processos mundiais de mútua influência no campo cultural e comunicacional;
- VI. desenvolver raciocínio lógico, crítico, analítico e interpretativo dos problemas mercadológicos e comunicacionais, diagnosticar situações, avaliar, sintetizar e prognosticar soluções, aprender a trabalhar em equipe, ordenar atividades e programas, identificar e dimensionar riscos para tomada de decisões, articular o conhecimento sistematizado com a ação profissional;
- VII. dominar as teorias e práticas das técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de marketing e comunicação eficazes para os clientes anunciantes, e,
- VIII. dominar as estratégias e táticas do planejamento, criação, produção, difusão e gestão das atividades mercadológicas e de comunicação publicitária, ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de coordenação de mídia e não-mídia, design, e posicionamento de identidade corporativa entre outras.

Art. 8º O Curso de Publicidade e Propaganda terá ingresso no semestre letivo correspondente à aprovação em Processo Seletivo adotado pela UFS, sendo ofertadas anualmente 50 (cinquenta) vagas.

Art. 9º O Curso de Publicidade e Propaganda será ministrado com a carga horária de 2.820 (duas mil, oitocentos e vinte) horas. Destas, 2.580 (duas mil, quinhentas e oitenta) horas são referentes a Disciplinas Obrigatórias, incluindo os componentes curriculares obrigatórios Trabalho de Conclusão de Curso com 360 (trezentas e sessenta) horas e 240 (duzentas e quarenta) horas cumpridas a título de Atividades Complementares. Além destes, 240 (duzentas e quarenta) horas são referentes a Disciplinas Optativas.

§1º O curso deverá ser integralizado em, no mínimo, 8 (oito) e, no máximo, 12 (doze) semestres letivos.

§2º O aluno poderá cursar um mínimo de 215 (duzentos e quinze) horas e um máximo de 450 (quatrocentos e cinquenta) horas por semestre.

Art. 10. Os componentes curriculares do Curso de Publicidade e Propaganda contemplam os conteúdos essenciais descritos nas Diretrizes Curriculares Nacionais de Comunicação Social e estão divididos, conforme Anexo I, em quatro eixos temáticos seguintes:

- I. Disciplinas Basilares;
- II. Disciplinas de Gestão;
- III. Disciplinas Estratégicas, e,

IV. Disciplinas de Criação/Produção.

Art. 11. O currículo pleno do curso de Publicidade e Propaganda é formado por um Currículo Padrão que inclui Disciplinas Obrigatórias, Atividades Complementares e Trabalho de Conclusão (TCC), com suas respectivas características conforme Anexo II. Um currículo complementar que inclui as Disciplinas Optativas está disposto no Anexo III.

§1º O Curso de Publicidade e Propaganda disponibilizará disciplinas na modalidade semipresencial até o limite de 20% da carga horária total do curso, conforme Anexo I.

§2º Novos componentes curriculares referentes a Tópicos ou Tópicos Especiais poderão ser criados e incluídos na estrutura curricular complementar, desde que suscitados pela necessidade de uma nova abordagem do conhecimento na área de formação do curso.

§3º Do Ementário do curso, constam carga horária total, teórica e prática, e pré-requisitos, conforme Anexo IV.

Art. 12. A sistemática de avaliação do processo de ensino-aprendizagem dos componentes curriculares cursados pelo estudante, no decorrer do curso, respeitará as normas e resoluções vigentes.

Art. 13. A autoavaliação do curso ocorrerá apoiada nas normas da UFS, com a finalidade de aperfeiçoamento das atividades acadêmicas e para assegurar a qualidade dos processos de ensino e aprendizagem e de bons resultados acerca do alcance da missão institucional da Universidade. A autoavaliação objetivará:

- I. identificar as condições de ensino oferecidas aos estudantes, em especial as relativas às tarefas do corpo docente e técnico-administrativo, às instalações físicas e à organização didático-pedagógica;
- II. desenvolver procedimentos externos e internos que permitam melhorar, permanentemente, o ensino, a pesquisa e a extensão;
- III. contribuir com o aperfeiçoamento dos instrumentos de avaliação institucional. Nortear a elaboração de relatórios contendo análises da realidade do desempenho discente com vistas à formulação de projetos de melhorias, e,
- IV. coordenação da avaliação e do acompanhamento sistemático do Curso de Publicidade e Propaganda caberão ao Colegiado, com o apoio dos órgãos responsáveis pela gestão dos processos de avaliação e monitoramento institucional da UFS.

Art. 14. A monitoria é contemplada com créditos optativos de acordo com a legislação vigente desta Universidade.

Art. 15. Os alunos poderão realizar Estágio Curricular Supervisionado Não-obrigatório.

Parágrafo único. As Normas Específicas do Estágio Supervisionado Obrigatório compõem o Anexo V desta Resolução.

Art. 16. As Atividades Complementares, de caráter obrigatório, totalizam a 240 (duzentas e quarenta) horas.

Parágrafo único. As Normas Específicas de Atividades Complementares do curso de compõem o Anexo VI desta Resolução.

Art. 17. Os alunos deverão, obrigatoriamente, elaborar um trabalho de conclusão de curso como atividade de síntese e integração do conhecimento.

Parágrafo único. As Normas Específicas do Trabalho de conclusão de curso (TCC) do curso de Publicidade e Propaganda compõem o Anexo VII desta Resolução.

Art.18. Os casos não previstos nesta Resolução serão decididos pelo Colegiado do Curso.

Art. 19. Esta Resolução entra em vigor nesta data, revoga as disposições em contrário, em especial as Resoluções nº 70/2008, 101/2011, 50 e 82/2012/CONEPE.

Sala das Sessões, 05 de abril de 2017

REITOR Prof. Dr. Angelo Roberto Antonioli
PRESIDENTE



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CONSELHO DO ENSINO, DA PESQUISA E DA EXTENSÃO**

RESOLUÇÃO Nº 17/2017/CONEPE

ANEXO I

ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A reformulação da matriz curricular do curso de Publicidade e Propaganda apresenta-se como necessária considerando o dinamismo tecnológico e as mudanças sociais que atuam como transformadores da prática publicitária. Os novos meios e suas constantes atualizações propõem novas pautas para a sociedade e, naturalmente, para o mercado. Nesse contexto, a chamada “indústria da propaganda” foi desafiada a formular respostas para atender à demanda de um público de consumidores ávidos e aptos a participar do processo comunicacional.

Ademais, premissas que constituíam as bases da prática publicitária, como a necessidade de verbas elevadas para impactar grandes públicos, diluíram-se. O aumento do padrão de consumo também deve ser elencado como um fator que impulsiona revisões de paradigmas. Assim, são exigidas dos profissionais que atuam na área outras qualificações, tanto ao domínio da técnica, quanto à capacidade crítica e conhecimento do mercado que se instaura.

Visando atender a essa demanda, foram criados quatro eixos norteadores das disciplinas obrigatórias propostas na nova matriz curricular do curso. No primeiro deles estão as disciplinas consideradas basilares, aquelas de característica teórica e metodológica, as quais se apropriam de fontes multidisciplinares, trazendo contribuições da sociologia, linguística, semiótica, história, para a composição do campo teórico da comunicação social. Ressalta-se a importância em oferecer ao aluno conhecimento e estímulo para que seja desenvolvida sua capacidade crítica e reflexiva.

O segundo eixo se refere às disciplinas direcionadas à gestão. A inter-relação entre a publicidade e propaganda e os campos do marketing e da administração de empresas é fundamental, considerando que os profissionais da área não apenas dialogam com aqueles responsáveis pela gestão de empresas, em um panorama que valoriza a comunicação integrada, mas também por poderem assumir funções dessa ordem. Na reformulação da matriz curricular, considerou-se, ainda, a importância de se preparar o discente para o empreendedorismo.

O terceiro eixo abarca as disciplinas consideradas estratégica da publicidade e propaganda, as quais trabalham conteúdos direcionados, porém diversificados, como mídia, planejamento publicitário, pesquisa de mercado e legislação publicitária. Evidencia-se a preocupação na reformulação das ementas, ainda que as nomenclaturas das disciplinas sejam as mesmas, considerando a atualização dos meios de comunicação, de ferramentas e estratégias disponíveis.

O último eixo estrutural do curso diz respeito às disciplinas da área de criação e produção. Aqui, a preocupação está em ofertar conteúdo que garanta conhecimento técnico necessário para o processo de produção, assim como aquele que possui uma forte carga artística, com a finalidade de proporcionar ao aluno os caminhos do processo criativo publicitário. Assim, esse grupo de disciplinas tem como finalidade propiciar ao discente habilidade em diversas linguagens, primeiramente oferecendo conteúdo teórico, desenvolvendo a capacidade analítica e estimulando o processo criativo. Mais além, ensinando a técnica necessária para que essas habilidades se configurem em produtos.

Com a finalidade de garantir ao discente maior autonomia no seu processo de formação, a nova matriz curricular propõe um conjunto de disciplinas optativas as quais se caracterizam como um aprofundamento dos diferentes conteúdos ofertados. A partir do terceiro período, julga-se que o aluno já possui discernimento para elencar disciplinas que melhor atendam a seus interesses, considerando a

amplitude do mercado publicitário e as possibilidades de atuação. Parte-se da premissa de que o quadro de disciplinas obrigatórias atende às necessidades do curso e garante a formação do profissional, no entanto, o aprofundamento em áreas as quais o aluno possua maior afinidade, elencadas por ele, é de grande valia para o corpo discente. A possibilidade de buscar em áreas afins um complemento para a sua formação também foi aqui apreciada. Disciplinas optativas também fazem parte da nova matriz curricular.

Conclui-se, ressaltando que a reformulação abarca a nomenclatura das disciplinas, assim como suas ementas, buscando adequá-las ao atual panorama social e tecnológico, porém, com uma forte carga teórica multidisciplinar já consolidada, a qual garante a cientificidade da área.

Eixo 1 – Basilar:

Componente curricular	Carga Horária Total
Comunicação Digital	60h
Comunicação Visual	60h
História da Publicidade e Propaganda*	60h
Linguagem Audiovisual I	60h
Linguagem Audiovisual II	60h
Métodos e Técnicas de Pesquisa em Publicidade e Propaganda	60h
Pesquisa em Comunicação Aplicada*	60h
Produção e Recepção de Texto I	60h
Introdução à Sociologia e Antropologia da Comunicação *	60h
Teorias da Comunicação, Publicidade e Sociedade	60h
Teorias da Imagem	60h

Eixo 2 – Gestão:

Componente curricular	Carga Horária Total
Comportamento do Consumidor e Cultura de Consumo	60h
Empreendedorismo	60h
Introdução ao Marketing	60h
Planejamento de Marketing	60h

Eixo 3 – Estratégica:

Componente curricular	Carga Horária Total
Comunicação Integrada*	60h
Ética e Legislação Publicitária*	60h
Introdução à Publicidade e Propaganda	60h
Planejamento de Mídia I	60h
Planejamento de Mídia II	60h
Pesquisa de Mercado	60h
Planejamento em Publicidade e Propaganda	60h
Produção e Promoção de Vendas, Eventos e <i>Merchandising</i>	60h

Eixo 4 – Criação/produção:

Componente curricular	Carga Horária Total
Criação Publicitária	60h
Direção de Arte para Publicidade e Propaganda	60h
Editoração Eletrônica	60h
Fotografia Publicitária	60h
Introdução à Fotografia Publicitária	60h
Produção Audiovisual para Publicidade e Propaganda I	60h
Produção Audiovisual para Publicidade e Propaganda II	60h

Produção Digital	60h
Produção Gráfica	60h
Redação Publicitária	60h

Atividades Complementares em Publicidade e Propaganda	240h
Projeto de Conclusão de Curso: TCC em Publicidade e Propaganda I e TCC em Publicidade e Propaganda II	360h

Optativas:

Componente curricular	Carga Horária Total
Assessoria de Comunicação – Jornalismo	60h
Comunicação Comparada - Jornalismo	60h
Comunicação Regional – Jornalismo	60h
Estética e Cultura da Mídia – Jornalismo	60h
Linguagem Hipermídia – Jornalismo	60h
Oficina de Textos Jornalísticos - Jornalismo	30h
Animação 1 – Cinema e Audiovisual	60h
Roteiro 1– Cinema e Audiovisual	60h
Roteiro 2– Cinema e Audiovisual	60h
Ciclo de Filmes – Cinema e Audiovisual	60h
Cinema brasileiro – Cinema e Audiovisual	60h
Cinema clássico e vanguardas – Cinema e Audiovisual	60h
Cinema moderno e contemporâneo – Cinema e Audiovisual	60h
Documentário – Cinema e Audiovisual	60h
História da TVE do vídeo – Cinema e Audiovisual	60h
Teoria e crítica audiovisual – Cinema e Audiovisual	60h
Direção de cinema e vídeo – Cinema e Audiovisual	60h
Edição de imagem em cinema e vídeo – Cinema e Audiovisual	60h
Direção de fotografia – Cinema e Audiovisual	60h
Produção Sonora 1 - Cinema e Audiovisual	60h
Direitos Humanos – Direito	60h
História e Cultura Afro-Brasileira– História	60h
Língua Brasileira de Sinais – Libras – Letras	60h
Educação Ambiental – Florestal	60h
Tópicos Especiais Básicos em Publicidade e Propaganda *	60h
Tópicos Especiais de Gestão em Publicidade e Propaganda *	60h
Tópicos Especiais Estratégicos em Publicidade e Propaganda *	60h
Tópicos Especiais de Criação/Produção em Publicidade e Propaganda *	60h

Legenda: *disciplinas que podem ser ofertadas na modalidade semipresencial.