

## **CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**COORDENADOR:** Professor Damião Marques de Lima

- Mestre em Políticas Públicas e Sociedade (Acadêmico)

Universidade Estadual do Ceará, UECE, Brasil.

- Graduação em Comunicação Social – Jornalismo.

Universidade Estadual da Paraíba, UEPB, Brasil.

### **PERFIL DO EGRESSO**

O CBCS-HPP prevê um profissional que se preocupa com a excelência na prestação de serviços e como as ações podem transformar e melhorar a localidade onde são realizadas. A sistematização e a construção das competências e habilidades, o “saber fazer”, o “pensar publicitário” são ferramentas imprescindíveis para o preparo acadêmico quanto às adversidades da profissão. Assim, a Estácio Atual empreende atividades práticas nas disciplinas de forma gradativa, oportunizando experiências para a construção do conhecimento.

Assim, o PPC do CBCS-HPP está em consonância com o PPI e com o PDI da Estácio Atual. O PPC, observados os preceitos da LDB (Lei nº 9.394/1996), está plenamente adequado ao disposto na Resolução CNE/CES nº 492/2001, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Comunicação Social e suas habilitações e na Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002. Dessa forma, o egresso deverá compreender e exercer a atividade profissional com conhecimento e domínio teórico-prático voltados para a proposição e execução de soluções em comunicação nos espaços formais e não-formais da sociedade; ser estrategista; desenvolver o planejamento, criação, produção, difusão e a gestão da publicidade e de todas as ações pertinentes à manutenção da identidade empresarial; atuar em agências especializadas, em veículos de divulgação, em instituições públicas, privadas ou de terceiro setor, como agenciador de publicidade e propaganda; exercer funções cujas interfaces e interações sejam afins à comunicação e com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais as atividades de publicidade e propaganda se relacionem; exercer atividades, demonstrando competência, compromisso, autonomia, solidariedade, ética, reflexão crítica e criatividade.

O egresso do CBCS-HPP da [Estácio Atual](#) é capaz de: criar, produzir, distribuir, receber e analisar criticamente sobre as diversas mídias, desenvolver práticas profissionais e sociais, sendo assim um profissional multifocal, capaz de atuar nos mais diferentes veículos de comunicação e setores comunicacionais de organizações com reconhecida habilidade ética-política e técnica, cumprindo suas funções sociais, relacionadas com estas e às suas inserções políticas, econômicas, culturais e ambientais. Também deverá apresentar autonomia intelectual, atuação crítica, criativa e ética, sintonizada com as necessidades do país e da região, com uma sólida base científica, técnica, cultural e ecológica. Também deverá apresentar capacidade de liderança, de reflexão e intervenção em diferentes contextos. Para isto, deve desenvolver as seguintes competências e habilidades gerais:

- a) Interpretar, analisar, explicar e contextualizar informações.
- b) Desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação publicitária, compreendendo e sistematizando os processos deste tipo de produção.
- c) Transformar a visão cultural para diminuir as fronteiras, minimizando as formas

de preconceitos e de estereótipos e de dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens publicitárias, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação.

- d) Aplicar técnica e criativamente nos diferentes suportes comunicacionais.
- e) Desempenhar funções de gestão e administração publicitária.
- f) Ser ético ao produzir e ao avaliar práticas, produtos e empreendimentos publicitários, de forma compromissada com a promoção da cidadania.
- g) Compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens publicitárias e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade.
- h) Conhecer o meio ambiente, promovendo a conscientização social.
- i) Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias publicitárias e comunicacionais, repercutindo-os sobre sua prática profissional.
- j) Ter as demais competências e habilidades que caracterizam o trabalho nas circunstâncias em que o publicitário é normalmente inserido.
- k) Ter consciência da importância da educação continuada.
- l) Estar apto para atividades de pesquisa/educação investigativa.

**DURAÇÃO DO CURSO** - Quatro (4) anos

**TCC** - os Projetos Experimentais são desenvolvidos pelos acadêmicos nos dois últimos semestres (7º e 8º). Os discentes podem optar por Monografia (pesquisa) ou Projeto Experimental (desenvolvimento de um Plano de Comunicação Integrada), podendo ser desenvolvido em equipe de até cinco integrantes, sob orientação docente.

**NOTÍCIAS DO CURSO –**

Conecte-se no [www.startup-rr.com](http://www.startup-rr.com) e inscreva-se na XII Semana de Comunicação e Marketing!

**EXTENSÃO**

**- A PRIMEIRA VEZ A GENTE NUNCA ESQUECE -**

**OBJETIVO** - Recepcionar os acadêmicos da 1CSNA do Curso de Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio Atual, na medida em que promove a interação das turmas e, aproxima acadêmicos e professores do curso.

**- JOB DAY**

**OBJETIVO** - Promover o desenvolvimento das habilidades profissionais previstas no PPC do Curso por meio de atividade de simulação de mercado e atividade interdisciplinar.

**- CANTE MAIS ALTO – A IMPORTÂNCIA DO REGISTRO PROFISSIONAL PUBLICITÁRIO**

**OBJETIVO** - Promover a palestra sobre a importância do registro profissional publicitário e promover um debate sobre o tema cujo objetivo é provocar a reflexão sobre sua aplicabilidade no mercado local.

**- O VIDEO DOCUMENTÁRIO: NO**

**OBJETIVO** - Incentivar a participação dos acadêmicos do curso em eventos de extensão, promover a integração entre acadêmicos de P&P e Design, professores e coordenadores dos Cursos e ampliar conhecimento do aluno na medida em que desenvolve a habilidade para a reflexão e argumentação.

**- CAMPANHA TOMAROCK**

**OBJETIVO** – Desenvolver a campanha de divulgação do VI Festival TomaRock de Artes.

**- COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS**

**OBJETIVO** – Desenvolver e estimular habilidades e competências dos discentes, com base aos conhecimentos teóricos e práticos das disciplinas, que compõem as diretrizes curriculares do curso de jornalismo e publicidade e propaganda.

**PERIÓDICOS E REVISTAS CIENTÍFICAS SOBRE COMUNICAÇÃO**

- 1 **ALCEU** Instituição responsável: **Grupo Comunicação, Cultura e Política – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro**  
<http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>
- 2 **ANAGRAMA: REVISTA CIENTÍFICA INTERDISCIPLINAR DA GRADUAÇÃO** Instituição responsável: Midiato – grupo de estudos de linguagem: práticas midiáticas (Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo)  
<http://www.usp.br/anagrama>
- 3 **ANIMUS** Instituição responsável: Universidade Federal de Santa Maria – RS  
<http://w3.ufsm.br/animus/index.html>
- 4 **ANUÁRIO ELETRÔNICO DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL “DISERTACIONES”** Instituição responsável: Universidad de Los Andes  
<http://erevistas.saber.ula.ve>
- 5 **ANUÁRIO INTERNACIONAL DA COMUNICAÇÃO LUSÓFONA** Instituição responsável: LUSOCOM/SOPCOM/CECS  
<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/index>
- 6 **ANUÁRIO UNESCO/UMESP DE COMUNICAÇÃO REGIONAL** Instituição responsável: Universidade Metodista de São Paulo <http://www2.metodista.br/unesco/anuarios.htm>
- 7 **BIBLIOCOM** Instituição responsável: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/bibliocom/issue/current>
- 8 **BRANDTRENDS** Instituição responsável: Associação Internacional de Investigadores em Branding – Observatório de Marcas  
<http://www.brandtrendsjournal.com/>
- 9 **BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH** Instituição responsável: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)  
<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr>
- 10 **CADERNOS DE COMUNICAÇÃO** Instituição responsável: Universidade Federal de Santa Maria – RS <http://www.ufsm.br/ccomunicacao/>
- 11 **CAMBIASSU** Instituição responsável: Universidade Federal do Maranhão (UFMA) – Departamento de Comunicação Social <http://www.cambiassu.ufma.br/>

