



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.

**OS ANEXOS I-A E II-A, DESTA RESOLUÇÃO, ESTÃO REVOGADOS PELA RESOLUÇÃO Nº 4/2016-CEPE/UNICENTRO.**

**A EMENTA DE DISCIPLINAS CONSTANTES NESSE PROJETO PEDAGÓGICO ESTÁ ALTERADA PELA RESOLUÇÃO Nº 8/2015-CEPE/UNICENTRO.**

**OS ANEXOS III-A, III-B E IV, DESTA RESOLUÇÃO, ESTÃO ALTERADOS PELA RESOLUÇÃO Nº 54/2012-COU/UNICENTRO.**

**Aprova o Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Comunicação Social da UNICENTRO, *Campus Santa Cruz*, bem como aprova as diretrizes desse curso para a realização de estágio não-obrigatório e dá outras providências.**

O REITOR DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE, UNICENTRO:

Faço saber que o Conselho Universitário, COU,

considerando os incisos II e IV, do art. 53, da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, LDB;

considerando a Resolução nº 16-CNE/CES, 13 de março de 2002, do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a área de Comunicação Social e suas habilitações;

considerando a Resolução nº 1-CNE/CP, de 17 de junho de 2004, do Conselho Nacional de Educação/Conselho Pleno, que institui 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 nº 2-CNE/CES, de 18 de junho de 2007, do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial;

considerando a Resolução nº 3-CNE/CES, de 2 de julho de 2007, do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, que dispõe sobre procedimentos a serem adotados quanto ao conceito de hora-aula;

aprovou, pelo Parecer nº 58-COU, de 19 de dezembro de 2008, contido no Protocolo nº 5.276, de 26 de maio de 2008, e eu sanciono, nos termos do art. 9º, inciso X, do Regimento da UNICENTRO, a seguinte Resolução:

Art. 1º Fica aprovado o Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Comunicação Social, habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, da UNICENTRO, *Campus Santa Cruz*, conforme o contido nesta Resolução.

Art. 2º A carga horária do Curso de que trata esta Resolução é de:

I – 2.759 horas, para a habilitação Jornalismo;

II – 2.703 horas, para a habilitação Publicidade e Propaganda.

Art. 3º O período de integralização desse Curso é de, no mínimo, quatro e, no máximo sete anos.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Art. 4º Esse Curso é oferecido em período matutino com quarenta vagas anuais, sendo vinte para cada uma das habilitações previstas no artigo 1º.

Art. 5º A departamentalização das disciplinas, o ementário e a matriz curricular constam dos anexos I-A, I-B, II-A, II-B, III-A, III-B e IV, desta Resolução.

Art. 6º A matriz curricular desse curso está organizada segundo o Regime Seriado Anual com disciplinas anuais, previsto no Regimento da UNICENTRO.

Art. 7º Os objetivos desse Curso são:

I – garantir a formação do egresso em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda a partir das premissas mais rigorosas no sentido de qualidade em nível superior;

II – fomentar a elaboração de base concreta de desenvolvimento e formação do acadêmico de Publicidade e Propaganda e de jornalismo na edificação do profissional de amplitude intelectual crítica e com qualificação teórico e técnica;

III – criar um espaço de reflexão e de aprendizado teórico e prático das questões relacionadas ao cotidiano profissional, priorizando os aspectos éticos e humanísticos, na formação de egressos instrumentalizados para a intervenção em demandas na sociedade a partir da visão globalizada de profissionais com capacidade de interferência na transformação social;

IV – priorizar e fundamentar a formação dos alunos em aspectos importantes que irão compor sua integridade como profissional e cidadão, agente na dimensão social em âmbito de transformação, educação para a cidadania, inclusão e solidariedade.

Art. 8º O graduado na área de Comunicação Social, habilitações Jornalismo e Publicidade e Propaganda deve possuir o seguinte perfil profissional:

I – ter consciência que seu trabalho pode influenciar sobremaneira o público;

II – desempenhar a função de comunicador com a preocupação sobre o seu papel na sociedade, por ser um formador de opiniões;

III – ser um profissional qualificado para atuar no mercado de trabalho cada vez mais exigente quanto à perfeição na realização das técnicas e coerente com a base humanística e ética;

IV – conter a dimensão social em âmbito de transformação, educação para a cidadania, inclusão e solidariedade;

V – ser um profissional de formação integral, possuir habilidades técnicas qualificadas referentes à atuação no mercado de trabalho e com consciência crítica e ética de seu desempenho.

VI – ser um profissional preocupado com a democratização dos “Mass media”, fazendo de sua profissão um serviço ao bem comum.

Art. 9º O projeto pedagógico do Curso de Comunicação Social da UNICENTRO visa formar um bacharel em comunicação com os conhecimentos requeridos para o exercício das seguintes habilidades e competências:

I – habilidades e competências gerais:

a) assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;

b) usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

- c) posicionar-se de modo ético-político;
- d) dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
- e) experimentar e inovar no uso destas linguagens;
- f) refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da comunicação;
- g) ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

## II – habilidades e competências - habilitação em jornalismo:

- a) registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando-os em notícias e reportagens;
- b) interpretar, explicar e contextualizar informações;
- c) investigar informações;
- d) produzir textos e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados;
- e) formular pautas e planejar coberturas jornalísticas;
- f) formular questões e conduzir entrevistas;
- g) relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza;
- h) trabalhar em equipe com profissionais da área;
- i) compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística;
- j) desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística;
- k) avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos;
- l) compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade;
- m) buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania;
- n) dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação;
- o) dominar a linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação.

## III – habilidades e competências - publicidade e propaganda:

- a) ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;
- b) realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de argumentos etc.;
- c) definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

- d) conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
- e) executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- f) realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídios para a preparação de campanhas publicitárias;
- g) dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- h) planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o *merchandising* e o marketing direto;
- i) identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
- j) identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- k) assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.

Art. 10. O Projeto Pedagógico aprovado por esta Resolução passa a vigorar a partir do ano de 2009.

Art. 11. Com fundamento na Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, da Presidência da República, ficam aprovadas as diretrizes para realização de estágio não-obrigatório do Curso de Graduação em Comunicação Social, habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UNICENTRO, *Campus* Santa Cruz, constante do Anexo V, desta Resolução.

Art. 12. Revogam-se o art. 2º, da Resolução nº 061-COU/UNICENTRO, de 23 de dezembro de 2003, e a Resolução nº 062-COU/UNICENTRO, de 23 de dezembro de 2003.

Art. 13. Esta Resolução entra em vigor nesta data.

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

**ANEXO I-A, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.**

## **DEPARTAMENTALIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO: JORNALISMO**

### **1. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>DISCIPLINA</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
1.1. Análise do Discurso/J	68
1.2. Arte e Estética em Comunicação/J	68
1.3. Assessoria Política (Optativa)	68
1.4. Branding (Optativa)	68
1.5. Comunicação Comunitária (Optativa)	68
1.6. Comunicação Contemporânea/J	102
1.7. Comunicação e Educação/J	68
1.8. Comunicação e Educação (Optativa)	68
1.9. Comunicação e Meio Ambiente (Optativa)	68
1.10. Comunicação e Políticas Públicas (Optativa)	68
1.11. Comunicação Integrada de Marketing (Optativa)	68
1.12. Comunicação Organizacional/J	102
1.13. Deontologia e Ética no Jornalismo	68
1.14. Empreendedorismo em Comunicação	102
1.15. Fotojornalismo	102
1.16. Fundamentos Cinematográficos (Optativa)	68
1.17. Fundamentos de Redação Jornalística	102
1.18. Geopolítica e Relações Internacionais	68
1.19. História da Comunicação (Optativa)	68
1.20. Jornal Laboratório	204
1.21. Jornalismo Científico (Optativa)	68
1.22. Jornalismo e Mercado de Trabalho	68
1.23. Jornalismo e Terceiro Setor (Optativa)	68
1.24. Jornalismo Especializado	102
1.25. Jornalismo Literário (Optativa)	68
1.26. Pesquisa em Comunicação/J	68
1.27. Planejamento Estratégico (Optativa)	68
1.28. Planejamento Visual em Jornalismo	136
1.29. Práticas em Webdesign	68
1.30. Produção de Documentários (Optativa)	68
1.31. Propaganda Política e Ideológica (Optativa)	68
1.32. Publicidade e Terceiro Setor (Optativa)	68
1.33. Publicidade On-Line (Optativa)	68
1.34. Radiojornal Laboratório	204
1.35. Revista Laboratório	136
1.36. Seminário de Pesquisa/J/ TCC	68
1.37. Sociedade, Cultura e Comunicação/J	68
1.38. Telejornal Laboratório	136
1.39. Telejornalismo	68
1.40. Teorias da Comunicação/J	102
1.41. Tópicos Especiais/J	68
1.42. Webjornal Laboratório	136



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 2. DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
2.1. Filosofia da Linguagem (Optativa)	68
2.2. Fundamentos de Filosofia e História/J	68
2.3. Pensamento Filosófico na América Latina (Optativa)	68

## 3. DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
3.1. Cultura e Arte no Brasil (Optativa)	68
3.2. Sociologia do Conhecimento (Optativa)	68

## 4. DEPARTAMENTO DE LETRAS

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
4.1. Conto Brasileiro (Optativa)	68
4.2. Leitura e Produção de Textos Literários	68
4.3. Língua Inglesa Instrumental (Optativa)	68
4.4. Noções em Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (Optativa)	68
4.5. Romance Brasileiro (Optativa)	68
4.6. Semiótica/J	68
4.7. Textos Fundamentais de Literatura (Optativa)	68

## 5. DEPARTAMENTO DE PEDAGOGIA

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
5.1. Infância, Produção Cultural e Representações (Optativa)	68

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## ANEXO I-B, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.

### DEPARTAMENTALIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

#### 1. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
1.1. Arte e Estética em Comunicação/PP	68
1.2. Assessoria Política (Optativa)	68
1.3. Atendimento e Planejamento Publicitário	102
1.4. Branding (Optativa)	68
1.5. Comunicação Comunitária (Optativa)	68
1.6. Comunicação Contemporânea/PP	102
1.7. Comunicação e Educação (Optativa)	68
1.8. Comunicação e Meio Ambiente (Optativa)	68
1.9. Comunicação e Políticas Públicas (Optativa)	68
1.10. Comunicação Integrada/PP	68
1.11. Comunicação Integrada de Marketing (Optativa)	68
1.12. Criação e Produção Audiovisual	136
1.13. Criação e Produção Gráfica	136
1.14. Criação e Produção Sonora	136
1.15. Empreendedorismo em Publicidade e Propaganda	68
1.16. Fotografia Publicitária	136
1.17. Fundamentos Cinematográficos (Optativa)	68
1.18. História da Comunicação (Optativa)	68
1.19. Informática Aplicada à Publicidade e Propaganda	102
1.20. Introdução à Publicidade e Propaganda	136
1.21. Jornalismo Científico (Optativa)	68
1.22. Jornalismo e Terceiro Setor (Optativa)	68
1.23. Jornalismo Literário (Optativa)	68
1.24. Legislação e Ética em Publicidade	68
1.25. Mídia	136
1.26. Pesquisa em Comunicação/PP	68
1.27. Pesquisa Mercadológica	136
1.28. Planejamento Estratégico (Optativa)	68
1.29. Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda	68
1.30. Produção de Documentários (Optativa)	68
1.31. Propaganda Política e Ideológica (Optativa)	68
1.32. Psicologia e Comportamento do Consumidor	102
1.33. Publicidade e Mercado	136
1.34. Publicidade e Terceiro Setor (Optativa)	68
1.35. Publicidade On-Line (Optativa)	68
1.36. Redação Publicitária	136
1.37. Seminário de Pesquisa/PP	68
1.38. Sociedade, Cultura e Comunicação/PP	68
1.39. Teorias da Comunicação/PP	102
1.40. Tópicos Especiais/PP	68



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 2. DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
2.1. Economia Aplicada à Publicidade	68

## 3. DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
3.1. Filosofia da Linguagem (Optativa)	68
3.2. Pensamento Filosófico na América Latina (Optativa)	68

## 4. DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
4.1. Cultura e Arte no Brasil (Optativa)	68
4.2. Sociologia do Conhecimento (Optativa)	68

## 5. DEPARTAMENTO DE LETRAS

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
5.1. Conto Brasileiro (Optativa)	68
5.2. Língua Inglesa Instrumental (Optativa)	68
5.3. Noções em Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (Optativa)	68
5.4. Romance Brasileiro (Optativa)	68
5.5. Textos Fundamentais de Literatura (Optativa)	68
5.6. Língua Portuguesa/PP	136
5.7. Semiótica Aplicada à Publicidade e Propaganda	68

## 6. DEPARTAMENTO DE PEDAGOGIA

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA
6.1. Metodologia da Produção Científica/PP	68
6.2. Infância, Produção Cultural e Representações (Optativa)	68

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.





# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## ANEXO II-A, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.

### EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL HABILITAÇÃO: JORNALISMO

#### 1. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

##### 1.1. Análise do Discurso/J

Discurso, sujeito e ideologia: conceitos-chaves para AD. Gestos de interpretação. Leituras do discurso jornalístico.

##### 1.2. Arte e Estética em Comunicação/J

Investigação da natureza, história e estilos de arte. Interpretações das estéticas do cotidiano. Relações entre a Arte, a Estética e a prática do Jornalismo.

##### 1.3. Assessoria Política (Optativa)

O assessorado e a relação com a mídia. Marketing político. Análise de opinião pública. Ações de campanha eleitoral, gestão e planejamento estratégico.

##### 1.4. Branding (Optativa)

Construção da identidade de marcas. Competitividade e destaque no mercado. Análise estratégica no desenvolvimento e gerenciamento de marcas.

##### 1.5. Comunicação Comunitária (Optativa)

Comunicação e mudança social. Utilização pelas comunidades dos recursos de comunicação. A comunicação comunitária com base na organização de segmentos sociais e como fator de divulgação, reivindicações e entretenimento. Comunicação sindical.

##### 1.6. Comunicação Contemporânea/J

Estruturalismo e pós-estruturalismo. Estudos Culturais. Lastro popular da cultura. Multiculturalismo: diversidades e questões étnico-raciais, História e Cultura Afro-brasileira e Africana. Folkcomunicação. Teorias e hipóteses emergentes da Comunicação.

##### 1.7. Comunicação e Educação/J

Investigação e reflexão da inter-relação entre a Comunicação e a Educação.

##### 1.8. Comunicação e Educação (Optativa)

Investigação e reflexão da inter-relação entre a Comunicação e a Educação.

##### 1.9. Comunicação e Meio Ambiente (Optativa)

O comunicador e as sociedades sustentáveis: desafios e perspectivas. Comunicação e responsabilidade global. As questões ambientais vistas pela ótica da comunicação. O papel dos meios de comunicação no debate ambiental.

##### 1.10. Comunicação e Políticas Públicas (Optativa)

O papel da comunicação na promoção dos direitos humanos e da cidadania. A democratização da comunicação. O comunicador diante dos estereótipos e injustiças sociais. A diversidade cultural, a pluralidade de pensamento e a mídia. O Estado, o Mercado e a Sociedade Civil: indivíduo e grupos sociais.

##### 1.11. Comunicação Integrada de Marketing (Optativa)

Comunicação Mercadológica. Composto comunicacional. Planejamento. Avaliação e Controle.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 1.12. Comunicação Organizacional/J

Formas de Comunicação nas organizações. Comunicação e marketing nas áreas associativa, administração pública e privada. Testes dos sistemas de comunicação. Roteiro de plano de comunicação.

## 1.13. Deontologia e Ética no Jornalismo

Estudo e reflexão da legislação específica da profissão de jornalista. Código de Ética.

## 1.14. Empreendedorismo em Comunicação

A complexidade do meio empresarial. O empreendedor como agente de inovação. Empreendedorismo comunitário, intra-empendedorismo, políticas públicas. Plano de Negócios.

## 1.15. Fotojornalismo

Introdução às técnicas aplicadas à fotografia. Adequação, utilização e função do processo fotográfico na perspectiva do jornalismo.

## 1.16. Fundamentos Cinematográficos (Optativa)

Investigação das principais teorias cinematográficas. Interpretação de filmes e formação de um discurso audiovisual próprio.

## 1.17. Fundamentos de Redação Jornalística

Os princípios básicos da redação jornalística nos diferentes meios de comunicação. A Estrutura da Notícia. As Técnicas de redação: lead e tipos de pirâmides. As convenções do texto jornalístico – adequação de estilos e tipos de redação.

## 1.18. Geopolítica e Relações Internacionais

Geopolítica: globalização e relações internacionais. Leitura crítica de textos jornalísticos das editorias nacional e internacional.

## 1.19. História da Comunicação (Optativa)

O advento da imprensa e as transformações nas relações sociais. O surgimento e desenvolvimento da comunicação de massa. A evolução da imprensa e os impactos sociais daí decorrentes. Surgimento e evolução da imprensa brasileira.

## 1.20. Jornal Laboratório

Práticas em jornalismo impresso em formato comercial valorizando a responsabilidade do futuro jornalista como profissional e com a sociedade.

## 1.21. Jornalismo Científico (Optativa)

Teoria e técnica da produção da notícia de informação especializada em Ciência e Tecnologia.

## 1.22. Jornalismo e Mercado de Trabalho

Mídias Clássicas e Mídias Digitais. Inserção no mercado de trabalho regional, estadual, nacional e internacional. Formação do profissional de Jornalismo e convergência das mídias. Bases culturais para o exercício da profissão.

## 1.23. Jornalismo e Terceiro Setor (Optativa)

Conceitos, definições e classificações sobre o Terceiro Setor e sua relação com a sociedade e o Estado. O desenvolvimento sustentável nas organizações e a importância da responsabilidade social. O papel dos meios de comunicação no Terceiro Setor. Ferramentas da comunicação a serviço do exercício da cidadania. Planejamento estratégico em comunicação para o Terceiro Setor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 1.24. Jornalismo Especializado

Visão teórico-prática do jornalismo em editorias específicas, tais como: política, economia, polícia, cidade, cultura, esporte e outros. Características do jornalismo especializado nas diferentes mídias.

## 1.25. Jornalismo Literário (Optativa)

Jornalismo Literário: conceitos e experiências. Gêneros do Jornalismo Literário. Estrutura e técnicas narrativas. Reflexão sobre conceitos e técnicas narrativas que permeiam um fazer jornalístico alicerçado no mergulho na realidade e na subjetividade.

## 1.26. Pesquisa em Comunicação/J

O contexto histórico e as características da pesquisa em comunicação. Questões teóricas e metodológicas da pesquisa. Paradigmas teórico-metodológicos no estudo da Comunicação Social. Diferentes tipos de pesquisa. Planejamento de pesquisa. O projeto de pesquisa e suas fases.

## 1.27. Planejamento Estratégico (Optativa)

Análise de oportunidades e mercados. Identificação de segmentos. Desenvolvimento de estratégias competitivas.

## 1.28. Planejamento Visual em Jornalismo

Fundamentos de Design de Imprensa. Geometrização das páginas e ângulos de leitura. Aplicação de cores, retículas e fios. Inserção da fotografia. Estudo geral da Tipologia. Contraste, proximidade, alinhamento e repetição. Tópicos de Editoração Eletrônica.

## 1.29. Práticas em Webdesign

Instrumental para a construção de páginas web. Principais softwares.

## 1.30. Produção de Documentários (Optativa)

Conceituação, características e tipos de documentários. Fundamentos cinematográficos para a produção de documentários. O documentário jornalístico.

## 1.31. Propaganda Política e Ideológica (Optativa)

Estudo da comunicação enquanto campo de poder. Influência da comunicação na sociedade contemporânea. Comunicação, política e democracia. Novas configurações da política na sociedade midiaticizada.

## 1.32. Publicidade e Terceiro Setor (Optativa)

A relação do Terceiro Setor com a sociedade e o Estado. A importância da responsabilidade social para as organizações. O papel dos meios de comunicação no Terceiro Setor. Ferramentas da comunicação a serviço do exercício da cidadania.

## 1.33. Publicidade On-Line (Optativa)

Teorias e técnicas aplicadas à publicidade para internet. Convergências de meios tecnológicos e tendências comunicacionais.

## 1.34. Radiojornal Laboratório

Linguagem e contextualização histórica do jornalismo radiofônico. Exercícios laboratoriais em radiojornalismo: radiojornal, mesa redonda, debate e documentário.

## 1.35. Revista Laboratório

Exercícios laboratoriais do jornalismo impresso e/ou digital em formato revista.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 1.36. Seminário de Pesquisa/J/ TCC

Discussão e orientação dos diferentes projetos de pesquisa desenvolvidos pelos alunos, sob orientação e coordenação de docentes.

## 1.37. Sociedade, Cultura e Comunicação/J

Discussões acerca das relações entre sociedade, cultura e meios de comunicação em suas formas impressa, audiovisual e *on line*. Reflexões sobre a maneira como os meios de comunicação interferem, interagem e transformam as relações sociais e culturais ao longo da História.

## 1.38. Telejornal Laboratório

Exercícios laboratoriais em telejornalismo: telejornal, grande reportagem e documentário

## 1.39. Telejornalismo

Linguagem e contextualização histórica do telejornalismo. Pauta, reportagem e edição. Formatos telejornalísticos.

## 1.40. Teorias da Comunicação/J

Conceitos e funções das Teorias e Escolas de Comunicação.

## 1.41. Tópicos Especiais/J

Abordagens temáticas atuais referentes aos temas da Comunicação Social.

## 1.42. Webjornal Laboratório

Exercícios laboratoriais em webjornalismo. Produção e atualização de site de notícias.

## 2. DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA

### 2.1. Filosofia da Linguagem (Optativa)

Estudo da atividade cognoscitiva da linguagem sob o enfoque filosófico-reflexivo. Grupos de estudos.

### 2.2. Fundamentos de Filosofia e História/J

Bases filosóficas e históricas sobre a constituição das sociedades e dos sujeitos. História das Doutrinas Políticas. O caso brasileiro.

### 2.3. Pensamento Filosófico na América Latina (Optativa)

O Pensamento latino-americano entendido a partir de sua origem, construções e alcance.

## 3. DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA

### 3.1. Cultura e Arte no Brasil (Optativa)

Contextualização histórica e análise estética de diferentes linguagens artísticas da Arte Brasileira.

### 3.2. Sociologia do Conhecimento (Optativa)

Estudo das influências dos grupos sociais e suas relações sobre o pensamento e o saber.

## 4. DEPARTAMENTO DE LETRAS

### 4.1. Conto Brasileiro (Optativa)

O conto brasileiro contemporâneo e a tradição literária.

### 4.2. Leitura e Produção de Textos Literários

Contextualização e características dos textos literários. Leitura e produção de crônicas, contos, ensaios, artigos e perfil.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 4.3. Língua Inglesa Instrumental (Optativa)

Desenvolvimento de estratégias de leitura, de vocabulário e de gramática, visando à compreensão geral e detalhada de diferentes tipos de texto.

## 4.4. Noções em Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (Optativa)

Retrospectiva histórica sobre os surdos. O ensino de Libras e noções básicas dos aspectos lingüísticos.

## 4.5. Romance Brasileiro (Optativa)

Possibilidades de sistematização da produção ficcional brasileira. Movimentos, grupos, obras e autores representativos.

## 4.6. Semiótica/J

Elementos de Semiótica: sistemas de significação. Os signos e os meios de comunicação. Modelos semiológicos. Diferentes níveis de codificação da linguagem. A sociedade e o signo.

## 4.7. Textos Fundamentais de Literatura (Optativa)

Estudos de textos teatrais, narrativos e poéticos representativos da literatura universal. Possibilidade de submeter um roteiro de leitura à própria curiosidade intelectual do leitor, escolhendo ângulos de apreciação que levam a superar a obrigação curricular da leitura, alcançando o nível da leitura prazerosa.

## 5. DEPARTAMENTO DE PEDAGOGIA

### 5.1. Infância, Produção Cultural e Representações (Optativa)

Abordagens da infância em suas diferentes imagens e representações. A construção imagética dos discursos sobre a criança na modernidade e pós-modernidade. Os diferentes olhares de alteridade sobre a infância. Lugares, imaginário e representações da infância na arte, na mídia, na literatura, na sociedade de consumo, nas produções culturais e nas múltiplas linguagens que sustentam a educação das crianças.

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## ANEXO II-B, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.

### EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

#### 1. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

##### 1.1. Arte e Estética em Comunicação/PP

Investigação da natureza, história e estilos de arte. Estudo das manifestações artísticas em obras de arte, música, teatro, cores, formas. Conceitos de beleza em anúncios publicitários.

##### 1.2. Assessoria Política (Optativa)

O assessorado e a relação com a mídia. Marketing político. Análise de opinião pública. Ações de campanha eleitoral, gestão e planejamento estratégico.

##### 1.3. Atendimento e Planejamento Publicitário

Técnicas e atuação relacionados aos profissionais de publicidade no atendimento. Pensamento estratégico na elaboração de campanhas publicitárias.

##### 1.4. Branding (Optativa)

Construção da identidade de marcas. Competitividade e destaque no mercado. Análise estratégica no desenvolvimento e gerenciamento de marcas.

##### 1.5. Comunicação Comunitária (Optativa)

Comunicação e mudança social. Utilização pelas comunidades dos recursos de comunicação. A comunicação comunitária com base na organização de segmentos sociais e como fator de divulgação, reivindicações e entretenimento. Comunicação sindical.

##### 1.6. Comunicação Contemporânea/PP

Estruturalismo e pós-estruturalismo. Estudos Culturais. Lastro popular da cultura. Multiculturalismo: diversidades e questões étnico-raciais, História e Cultura Afro-brasileira e Africana. Folkcomunicação. Teorias e hipóteses emergentes da Comunicação.

##### 1.7. Comunicação e Educação (Optativa)

Investigação e reflexão da inter-relação entre a Comunicação e a Educação.

##### 1.8. Comunicação e Meio Ambiente (Optativa)

O comunicador e as sociedades sustentáveis: desafios e perspectivas. Comunicação e responsabilidade global. As questões ambientais vistas pela ótica da comunicação. O papel dos meios de comunicação no debate ambiental.

##### 1.9. Comunicação e Políticas Públicas (Optativa)

O papel da comunicação na promoção dos direitos humanos e da cidadania. A democratização da comunicação. O comunicador diante dos estereótipos e injustiças sociais. A diversidade cultural, a pluralidade de pensamento e a mídia. O Estado, o Mercado e a Sociedade Civil: indivíduo e grupos sociais.

##### 1.10. Comunicação Integrada/PP

Apresentação dos conceitos de comunicação integrada. Estudo do processo de desenvolvimento de identidade corporativa. Análise das estratégias de publicidade, relações públicas e jornalismo.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## **1.11. Comunicação Integrada de Marketing (Optativa)**

Comunicação Mercadológica. Composto comunicacional. Planejamento. Avaliação e Controle.

## **1.12. Criação e Produção Audiovisual**

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais

## **1.13. Criação e Produção Gráfica**

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios impressos.

## **1.14. Criação e Produção Sonora**

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais

## **1.15. Empreendedorismo em Publicidade e Propaganda**

O Negócio da comunicação. Perfil empreendedor. Noções de empreendedorismo no mercado publicitário. Os tipos de empresas de comunicação. Novos paradigmas da administração e sua aplicação em empresas de comunicação.

## **1.16. Fotografia Publicitária**

Investigação das técnicas de processamento fotográfico. Produção e análise da imagem na publicidade.

## **1.17. Fundamentos Cinematográficos (Optativa)**

Investigação das principais teorias cinematográficas. Interpretação de filmes e formação de um discurso audiovisual próprio.

## **1.18. História da Comunicação (Optativa)**

O advento da imprensa e a transformações nas relações sociais. O surgimento e desenvolvimento da comunicação de massa. A evolução da imprensa e os impactos sociais daí decorrentes. Surgimento e evolução da imprensa brasileira.

## **1.19. Informática Aplicada à Publicidade e Propaganda**

Discussão e aplicação dos recursos e sistemas tecnológicos utilizados na publicidade e propaganda.

## **1.20. Introdução à Publicidade e Propaganda**

Conceitos sobre os campos de ação da publicidade e propaganda.

## **1.21. Jornalismo Científico (Optativa)**

Teoria e técnica da produção da notícia de informação especializada em Ciência e Tecnologia.

## **1.22. Jornalismo e Terceiro Setor (Optativa)**

Conceitos, definições e classificações sobre o Terceiro Setor e sua relação com a sociedade e o Estado. O desenvolvimento sustentável nas organizações e a importância da responsabilidade social. O papel dos meios de comunicação no Terceiro Setor. Ferramentas da comunicação a serviço do exercício da cidadania. Planejamento estratégico em comunicação para o Terceiro Setor.

## **1.23. Jornalismo Literário (Optativa)**

Jornalismo Literário: conceitos e experiências. Gêneros do Jornalismo Literário. Estrutura e técnicas narrativas. Reflexão sobre conceitos e técnicas narrativas que permeiam um fazer jornalístico alicerçado no mergulho na realidade e na subjetividade.

## **1.24. Legislação e Ética em Publicidade**

Observação e emprego da legislação e regulamentação específica da profissão. Código de ética do profissional de propaganda, os órgãos reguladores e mecanismos de defesa do consumidor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## **1.25. Mídia**

Caracterização e identificação técnica das diversas mídias. Planejamento estratégico, análise e seleção dos veículos de comunicação. Orçamentos: custos de mídia e negociações. Mídias alternativas.

## **1.26. Pesquisa em Comunicação/PP**

Identificação das fases do processo de pesquisa e orientação do aluno para elaboração de projetos nas diversas áreas do conhecimento humano, incentivando o desenvolvimento de pesquisa científica em comunicação social.

## **1.27. Pesquisa Mercadológica**

Classificação de públicos, utilização de métodos e técnicas de pesquisa. Processos estatísticos na pesquisa mercadológica. Tabulação e análise dos dados. Aplicação dos resultados em campanhas publicitárias.

## **1.28. Planejamento Estratégico (Optativa)**

Análise de oportunidades e mercados. Identificação de segmentos. Desenvolvimento de estratégias competitivas.

## **1.29. Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda**

Execução de diferentes práticas integradas da atividade publicitária.

## **1.30. Produção de Documentários (Optativa)**

Conceituação, características e tipos de documentários. Fundamentos cinematográficos para a produção de documentários. O documentário jornalístico.

## **1.31. Propaganda Política e Ideológica (Optativa)**

Estudo da comunicação enquanto campo de poder. Influência da comunicação na sociedade contemporânea. Comunicação, política e democracia. Novas configurações da política na sociedade midiaticizada.

## **1.32. Psicologia e Comportamento do Consumidor**

Estudo dos aspectos psicológicos na comunicação. Comportamento humano e comportamento do consumidor. Teorias motivacionais e sociais no processo de consumo.

## **1.33. Publicidade e Mercado**

Técnicas e aplicações práticas do Marketing utilizadas por empresas de comunicação em suas atuações no mercado.

## **1.34. Publicidade e Terceiro Setor (Optativa)**

A relação do Terceiro Setor com a sociedade e o Estado. A importância da responsabilidade social para as organizações. O papel dos meios de comunicação no Terceiro Setor. Ferramentas da comunicação a serviço do exercício da cidadania.

## **1.35. Publicidade On-Line (Optativa)**

Teorias e técnicas aplicadas à publicidade para internet. Convergências de meios tecnológicos e tendências comunicacionais.

## **1.36. Redação Publicitária**

O anúncio publicitário para meios impressos e eletrônicos. Estudo e criação do texto publicitário, suas características e elementos. Técnicas de construção da mensagem publicitária e suas especificidades.

## **1.37. Seminário de Pesquisa/PP**

Discussão e orientação dos diferentes projetos de pesquisa desenvolvidos pelos alunos, sob orientação e coordenação de docentes.





# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## **1.38. Sociedade, Cultura e Comunicação/PP**

Discussões acerca das relações entre sociedade, cultura e meios de comunicação em suas formas impressa, audiovisual e *on line*. Reflexões sobre a maneira como a Publicidade e a Propaganda interferem, interagem e transformam as relações sociais e culturais.

## **1.39. Teorias da Comunicação/PP**

Conceitos e funções das Teorias e Escolas de Comunicação.

## **1.40. Tópicos Especiais/PP**

Abordagens temáticas referentes às atualidades em Publicidade e Propaganda.

## **2. DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

### **2.1. Economia Aplicada à Publicidade**

Introdução a Economia. Estudo da publicidade como vetor do desenvolvimento econômico e social.

## **3. DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA**

### **3.1. Filosofia da Linguagem (Optativa)**

Estudo da atividade cognoscitiva da linguagem sob o enfoque filosófico-reflexivo. Grupos de estudos.

### **3.2. Pensamento Filosófico na América Latina (Optativa)**

O Pensamento latino-americano entendido a partir de sua origem, construções e alcance.

## **4. DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA**

### **4.1. Cultura e Arte no Brasil (Optativa)**

Contextualização histórica e análise estética de diferentes linguagens artísticas da Arte Brasileira.

### **4.2. Sociologia do Conhecimento (Optativa)**

Estudo das influências dos grupos sociais e suas relações sobre o pensamento e o saber.

## **5. DEPARTAMENTO DE LETRAS**

### **5.1. Conto Brasileiro (Optativa)**

O conto brasileiro contemporâneo e a tradição literária.

### **5.2. Língua Inglesa Instrumental (Optativa)**

Desenvolvimento de estratégias de leitura, de vocabulário e de gramática, visando à compreensão geral e detalhada de diferentes tipos de texto.

### **5.3. Noções em Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (Optativa)**

Retrospectiva histórica sobre os surdos. O ensino de Libras e noções básicas dos aspectos lingüísticos.

### **5.4. Romance Brasileiro (Optativa)**

Possibilidades de sistematização da produção ficcional brasileira. Movimentos, grupos, obras e autores representativos.

### **5.5. Textos Fundamentais de Literatura (Optativa)**

Estudos de textos teatrais, narrativos e poéticos representativos da literatura universal. Possibilidade de submeter um roteiro de leitura à própria curiosidade intelectual do leitor, escolhendo ângulos de apreciação que levam a superar a obrigação curricular da leitura, alcançando o nível da leitura prazerosa.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## 5.6. Língua Portuguesa/PP

Linguagem, língua e comunicação; funcionamento dialógico, pragmático e discursivo da linguagem; linguagem verbal na comunicação social (objetividade e subjetividade; intertextualidade e polifonia); elementos de língua padrão.

## 5.7. Semiótica Aplicada à Publicidade e Propaganda

Elementos de Semiótica direcionados a publicidade e propaganda: sistemas de significação, signos e os meios de comunicação. Modelos semiológicos, diferentes níveis de codificação de linguagem. A sociedade e o signo.

## 6. DEPARTAMENTO DE PEDAGOGIA

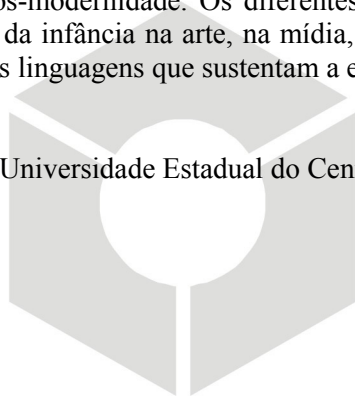
### 6.1. Metodologia da Produção Científica/PP

Estrutura e desenvolvimento de trabalhos científicos em comunicação.

### 6.2. Infância, Produção Cultural e Representações (Optativa)

Abordagens da infância em suas diferentes imagens e representações. A construção imagética dos discursos sobre a criança na modernidade e pós-modernidade. Os diferentes olhares de alteridade sobre a infância. Lugares, imaginário e representações da infância na arte, na mídia, na literatura, na sociedade de consumo, nas produções culturais e nas múltiplas linguagens que sustentam a educação das crianças.

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.



Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.

# UNICENTRO



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## ANEXO III-A, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.

Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes  
Unidade Universitária de Guarapuava

### CURRÍCULO PLENO

**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL (400 – Manhã – Cur. 2009)**

**HABILITAÇÃO: Jornalismo**

DISCIPLINAS	SÉRIES				C/H
	1ª	2ª	3ª	4ª	
Radiojornal Laboratório	6				204
Telejornalismo	2				68
Fundamentos de Redação Jornalística	3				102
Deontologia e Ética no Jornalismo	2				68
Sociedade, Cultura e Comunicação/J	2				68
Jornalismo e Mercado de Trabalho	2				68
Teorias da Comunicação/J	3				102
Optativa I	2				68
Telejornal Laboratório		4			136
Planejamento Visual em Jornalismo		4			136
Práticas em Webdesign		2			68
Jornalismo Especializado		3			102
Fundamentos de Filosofia e História/J		2			68
Leitura e Produção de Textos Literários		2			68
Arte e Estética em Comunicação/J		2			68
Semiótica/J		2			68
Comunicação Contemporânea/J		3			102
Webjornal Laboratório			4		136
Revista Laboratório			4		136
Fotojornalismo			3		102
Geopolítica e Relações Internacionais			2		68
Comunicação Organizacional/J			3		102
Comunicação e Educação/J			2		68
Análise do Discurso/J			2		68
Pesquisa em Comunicação/J			2		68
Jornal Laboratório				6	204
Seminário de Pesquisa/J/ TCC				2	68
Tópicos Especiais/J				2	68
Optativa II				2	68
Empreendedorismo em Comunicação				3	102
<b>SUBTOTAL h/a</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>15</b>	<b>2822</b>
<b>SUBTOTAL h/r</b>					<b>2351</b>
Atividades Complementares h/r					204
Trabalho de Conclusão de Curso h/r					204
<b>TOTAL h/r</b>					<b>2759</b>

Início: 2009

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## ANEXO III-B, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 28 DE JULHO DE 2009.

Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes  
Unidade Universitária de Guarapuava

### CURRÍCULO PLENO

**CURSO:** COMUNICAÇÃO SOCIAL (410 – Manhã – Cur. 2009)

**HABILITAÇÃO:** Publicidade e Propaganda

DISCIPLINAS	SÉRIES				C/H
	1ª	2ª	3ª	4ª	
Arte e Estética em Comunicação/PP	2				68
Introdução à Publicidade e Propaganda	4				136
Língua Portuguesa/PP	4				136
Economia Aplicada à Publicidade	2				68
Psicologia e Comportamento do Consumidor	3				102
Sociedade, Cultura e Comunicação/PP	2				68
Teorias da Comunicação/PP	3				102
Metodologia da Produção Científica/PP	2				68
Fotografia Publicitária		4			136
Pesquisa em Comunicação/PP		2			68
Semiótica Aplicada à Publicidade e Propaganda		2			68
Legislação e Ética em Publicidade		2			68
Atendimento e Planejamento Publicitário		3			102
Informática Aplicada à Publicidade e Propaganda		3			102
Comunicação Contemporânea/PP		3			102
Optativa/PP		2			68
Publicidade e Mercado			4		136
Criação e Produção Gráfica			4		136
Redação Publicitária			4		136
Mídia			4		136
Pesquisa Mercadológica			4		136
Tópicos Especiais/PP			2		68
Criação e Produção Sonora				4	136
Criação e Produção Audiovisual				4	136
Práticas Integradas em Publicidade e Propaganda				2	68
Seminário de Pesquisa/PP				2	68
Comunicação Integrada/PP				2	68
Empreendedorismo em Publicidade e Propaganda				2	68
<b>SUBTOTAL h/a</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>2754</b>
<b>SUBTOTAL h/r</b>					<b>2295</b>
Atividades Complementares h/r					204
TCC/Projeto Experimental em PP h/r					204
<b>TOTAL h/r</b>					<b>2703</b>

Início: 2009

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

## ANEXO IV, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.

**Sector de Ciências Humanas, Letras e Artes**  
**Unidade Universitária de Guarapuava**

### DISCIPLINAS OPTATIVAS

**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL (400 e 410 – Manhã – Cur. 2009)**

DISCIPLINAS	C/H
Assessoria Política	68
Branding	68
Comunicação Comunitária	68
Comunicação e Educação	68
Comunicação e Meio Ambiente	68
Comunicação e Políticas Públicas	68
Comunicação Integrada de Marketing	68
Conto Brasileiro	68
Cultura e Arte no Brasil	68
Filosofia da Linguagem	68
Fundamentos Cinematográficos	68
História da Comunicação	68
Infância, Produção Cultural e Representações	68
Jornalismo Científico	68
Jornalismo e Terceiro Setor	68
Jornalismo Literário	68
Língua Inglesa Instrumental	68
Noções em Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS	68
Pensamento Filosófico na América Latina	68
Planejamento Estratégico	68
Produção de Documentários	68
Propaganda Política e Ideológica	68
Publicidade e Terceiro Setor	68
Publicidade On-Line	68
Romance Brasileiro	68
Sociologia do Conhecimento	68
Textos Fundamentais de Literatura	68

Início: 2009

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.



# Universidade Estadual do Centro-Oeste

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

**ANEXO V, DA RESOLUÇÃO Nº 72-COU/UNICENTRO, DE 30 DE JULHO DE 2009.**

## **ESTÁGIO NÃO-OBRIGATÓRIO**

**Curso de Comunicação Social, habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, da UNICENTRO, *Campus Santa Cruz***

### **DESCRIÇÃO**

O aluno do Curso de Comunicação Social pode estagiar nos seguintes campos de atuação:

- Jornalismo: Editoras (diagramação); Estruturas de comunicação, observando atividades afins do jornalismo, desde que supervisionados e orientados por profissional responsável; Laboratórios de comunicação; Unidades que dispõe de estrutura de divulgação institucional; Produtora de áudio e vídeo, produção midiática.

- Publicidade e Propaganda: Editoras (diagramação); Estruturas de comunicação; Laboratórios de comunicação; Unidades da instituição que dispõe de estrutura de divulgação; Veículos de comunicação; Instituições de pesquisa; Agência de propaganda; Atendimento publicitário; Planejamento, criação, mídia, produção midiática, tráfego (PP); Departamento de *marketing*; Produtoras de áudio e vídeo; Empresas de eventos; Empresas de *design*; Departamentos de comunicação de instituições e empresas, consultoria e assessoria de comunicação e *marketing*.

### **OPERACIONALIZAÇÃO**

Não curricular não-obrigatório.

Gabinete do Reitor da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO.

Prof. Vitor Hugo Zanette,  
Reitor.