**REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DE UM PERFIL DE FORMAÇÃO**

**CURSO DE BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Desde sua criação, planejamento e execução, o projeto do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Feitep assumiu o compromisso com a excelência da qualidade do ensino, o que demanda em investir em sua estrutura física e em recursos humanos e reorganizar, sempre que necessário, sua estrutura acadêmica curricular, assumindo o desafio de novas formas de apropriação e construção do conhecimento.

Tempo mínimo de integralização: 3,5 anos

Carga horária total: 3240 horas-aula ou 2700 horas-relógio

Turnos de oferta: matutino e noturno

**Matriz Curricular**

| SEMESTRE | COMPONENTE CURRICULAR | HORAS-AULA |
|---|---|---|
| 1 | METODOLOGIA DA PESQUISA | 80 |
| | FOTOGRAFIA | 80 |
| | CIÊNCIAS DO AMBIENTE E EDUCAÇÃO AMBIENTAL | 40 |
| | EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO | 80 |
| | FORMAÇÃO SOCIOCULTURAL E ÉTICA | 40 |
| | *PBL* - METODOLOGIA ÁGEIS NO PROCESSO CRIATIVO | 80 |
| | Carga horária semestral | 400 |
| 2 | ANÁLISE CRÍTICA DA COMUNICAÇÃO | 80 |
| | *MARKETING* E COMUNICAÇÃO | 80 |
| | ESCRITA CRIATIVA E DISCURSO ARGUMENTATIVO | 80 |
| | IMAGEM E MOVIMENTO | 80 |
| | *PBL* – AUDIOVISUAL | 80 |
| | Carga horária semestral | 400 |
| 3 | PRODUÇÃO SONORA E AUDIOVISUAL | 80 |

| | | |
|---|---|---|
| | LIDERANÇA E HABILIDADES INTERPESSOAIS | 40 |
| | ANÁLISE CONJUNTURAL: POLÍTICA E ECONOMIA | 40 |
| | PUBLICIDADE E MERCADO | 40 |
| | PROCESSO CRIATIVO EM PUBLICIDADE | 40 |
| | CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DA IMAGEM | 40 |
| | PLANEJAMENTO E COMUNICAÇÃO | 40 |
| | *PBL* - COMUNICAÇÃO INTEGRADA | 80 |
| | Carga horária semestral | 400 |
| **4** | PESQUISA DE *MARKETING* | 80 |
| | ESTUDOS DE PÚBLICOS E AUDIÊNCIAS | 40 |
| | PRODUÇÃO GRÁFICA | 40 |
| | REPERTÓRIO CRIATIVO | 40 |
| | LEGISLAÇÃO DA COMUNICAÇÃO E DO AUDIOVISUAL | 40 |
| | PSICOLOGIA DO CONSUMIDOR | 40 |
| | CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA | 40 |
| | *PBL - PRODUCTION DESIGN* | 80 |
| | Carga horária semestral | 400 |
| **5** | *CIBERPUBLICIDADE* | 80 |
| | *DESIGN THINKING* PARA COMUNICAÇÃO | 40 |
| | *BRAND EXPERIENCE* | 40 |
| | TÉCNICAS DE *HANDMADE* | 40 |
| | OBSERVATÓRIO DE COMPORTAMENTO E TENDÊNCIAS | 40 |
| | *MARKETING* DIGITAL E *SOCIAL* MÍDIA | 80 |
| | *PBL* - NARRATIVA DOCUMENTAL | 80 |
| | Carga horária semestral | 400 |
| **6** | *BRANDED CONTENT* | 80 |
| | INTELIGÊNCIA DE DADOS | 40 |
| | *GAME DESIGN* E *GAMIFICAÇÃO* | 40 |
| | CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS | 80 |
| | ANÁLISE DE DADOS QUANTITATIVOS | 80 |
| | *PBL* - REALIDADE IMERSIVA | 80 |
| | Carga horária semestral | 400 |
| **7** | TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO | 80 |
| | PROJETO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA | 120 |
| | PESQUISA EM COMUNICAÇÃO | 80 |
| | MÉTRICAS E ANÁLISE DE MÍDIAS | 40 |
| | PRODUÇÃO DE *PODCASTS* | 80 |
| | *STORYTELLING* DIGITAL | 40 |
| | PUBLICIDADE PARA PLATAFORMAS DE *STREAMING* | 40 |
| | *E-SPORTS* E PUBLICIDADE | 40 |
| | PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE VÍDEOS CURTOS | 40 |
| | OPTATIVA | 40 |

| | | |
|---|---|---|
| | Carga horária semestral | 600 |
| - | Atividades Acadêmicas Complementares | 240 |
| **CARGA HORÁRIA TOTAL** | | **3240** |

| ORDEM | DISCIPLINA OPTATIVA | CARGA HORÁRIA |
|---|---|---|
| 1 | LIBRAS | 40 |
| 2 | GESTÃO DE CRISES EM COMUNICAÇÃO | 40 |
| 3 | DIREÇÃO DE ARTE AVANÇADA | 40 |
| 4 | TENDÊNCIAS DE CONSUMO E *NEUROMARKETING* | 40 |
| 5 | COMUNICAÇÃO EM REALIDADE AUMENTADA E VIRTUAL | 40 |
| 6 | ECONOMIA CRIATIVA E INOVAÇÃO PUBLICITÁRIA | 40 |
| 7 | COMUNICAÇÃO E DIVERSIDADE CULTURAL | 40 |
| 8 | COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE | 40 |
| 9 | LÍNGUA INGLESA | 40 |
| 10 | LÍNGUAS INDÍGENAS | 40 |

| CARGA HORÁRIA | EM HORAS-AULA | EM HORAS-RELÓGIO |
|---|---|---|
| TOTAL | 3240 | 2700 |
| DE ATIVIDADES COMPLEMENTARES | 240 | 200 |
| DE ATIVIDADES EXTENSIONISTAS (10%) | 324 | 200 |
| DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) | 80 | 66,7 |
| DA DISCIPLINA DE LIBRAS (OPTATIVA) | 40 | 33,3 |