



Comunicação Social **PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Síntese do Projeto Pedagógico de Curso - PPC

**CRIATIVIDADE COM PROPÓSITO,
COMUNICAÇÃO QUE TRANSFORMA.**



**Publicidade
e Propaganda**
Unochapecó



Comunicação Social

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Código e-MEC: 64937

Formação: Bacharelado

Modalidade: Presencial

Regime: Seriado Semestral

Número de vagas anuais: 50 vagas anuais

Turno: Noturno (com possibilidade de aulas aos sábados)

Carga horária: 2700 horas (incluso 300h ACC)

Carga horária máxima: 3105 horas (15%)

Período de integralização do curso: 8 semestres

Período de integralização máxima: 12 semestres



**Publicidade
e Propaganda**
Unochapecó

PORQUE CURSO PP UNO?

CONCEITO

5

NO MEC

CONCEITO

4

NO ENADE

MELHOR
NOTA

ENADE SC

TOP 10

MELHOR CURSO DE
PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DA REGIÃO SUL DO BRASIL

ENADE

Maior IDD do Brasil (índice que avalia o valor agregado do ingresso à conclusão da graduação)

PRÊMIações IMPORTANTES:

Expocom 2026 (Nacional) - Design Gráfico de Identidade

Expocom 2026 (Sul) - Produção Audiovisual para Mídias Digitais

Expocom 2025 - Melhor Gestão na Web

Primeiro Lugar 2024 (Nacional) - Monografia Prêmio Ricardo Ramos

Menção Honrosa 2023 - Monografia Prêmio Ricardo Ramos - APP

Expocom 2022 (Nacional) - Melhor Fotografia Publicitária

A publicidade acontece em várias frentes: agências, assessorias, estúdios de criação, branding, produtoras, veículos de mídia, gráficas, eventos e também em empresas que têm marketing estruturado. Esses modelos, somados à possibilidade de trabalhar por conta própria, formam os principais campos de atuação do publicitário.

A tecnologia digital e a inteligência artificial ampliaram o papel estratégico da publicidade, exigindo criatividade e domínio de novas ferramentas para conquistar a atenção do público. A comunicação digital é hoje o principal eixo da formação, especialmente depois de 2020, quando a transformação digital e o consumo online ganharam força definitiva.

Além do caminho tradicional, o curso busca formar pessoas independentes e empreendedoras que possam atuar em formatos diferenciados, incluindo projetos próprios, culturais, científicos, e até atuar em outros países.



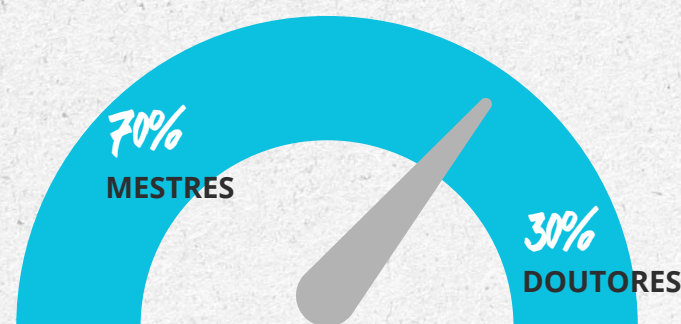
NOSSOS PROFES

O corpo docente de Publicidade da Unochapecó é formado por professores que atuam na sala de aula e no mercado ao mesmo tempo.

São pesquisadores, criativos e profissionais em exercício, que trazem cases reais, tendências e desafios atuais para o centro do aprendizado. Mais do que teoria, você terá contato com o que realmente acontece no dia a dia da comunicação. E o melhor: a equipe está em constante atualização, garantindo que sua formação seja alinhada com as transformações do setor. O resultado? Aulas dinâmicas, aprendizado prático e uma preparação sólida para você criar, empreender e fazer a diferença.

Venha construir sua trajetória com quem entende do assunto e vive a profissão na prática.

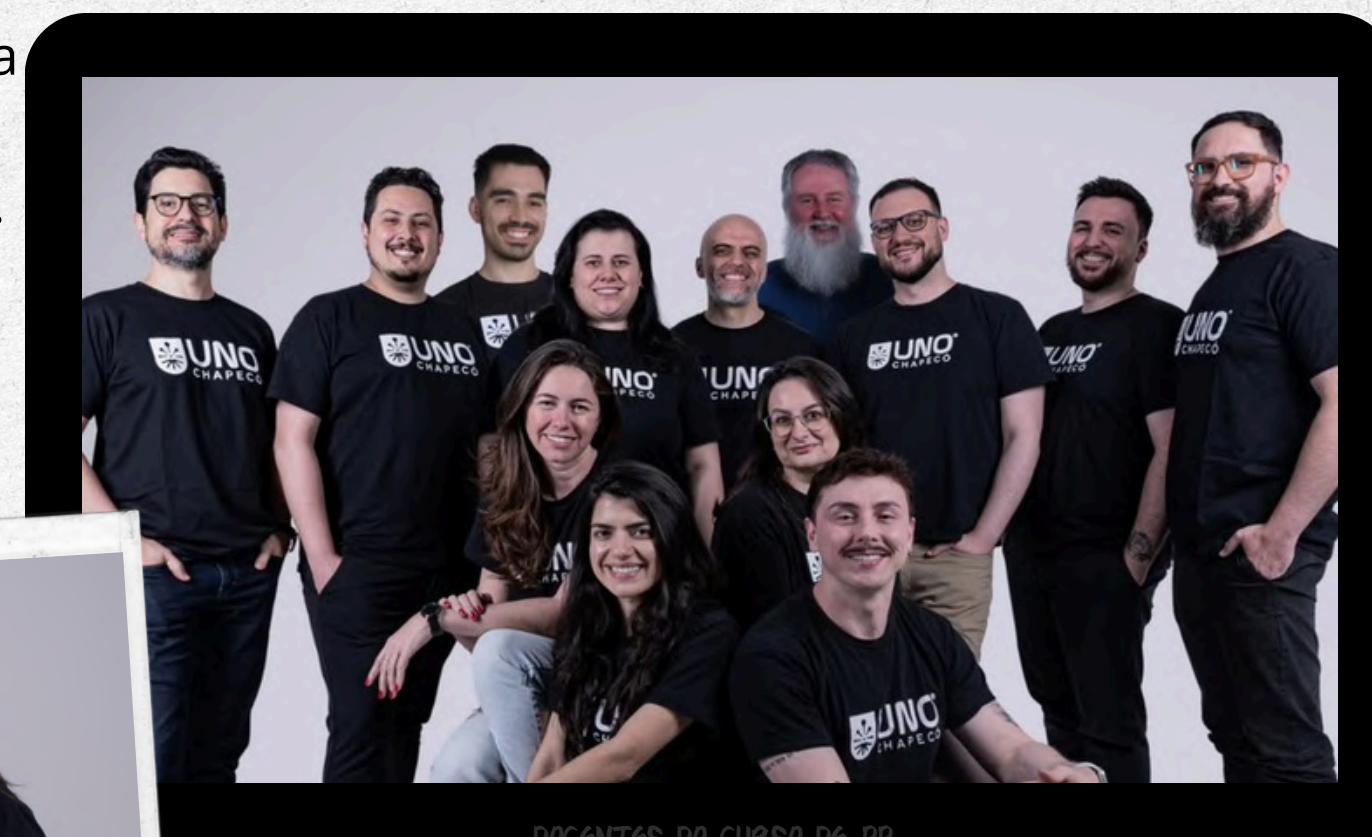
TITULAÇÃO DOS PROFES



FORMAÇÃO SUPERIOR



* Publicidade, Jornalismo e Cinema



DOCENTES DO CURSO DE PP

PERFIL DO EGRESSO

Três competências gerais orientam a formação e se desdobram na matriz curricular de forma integrada e processual, sendo construídas por diferentes unidades curriculares.

- **Analisar criticamente contextos socioculturais e históricos ligados à comunicação social**, para interpretar, selecionar e usar tecnologias de informação e comunicação de forma consciente, ética, inclusiva e com respeito às diferentes perspectivas da sociedade.
- **Criar mensagens publicitárias articulando repertórios da prática profissional**, combinando diferentes linguagens, técnicas, estéticas e imaginários nas interações entre instituições, marcas e consumidores. Sempre com uma abordagem diferenciada e socialmente responsável.
- **Planejar e gerir estratégias de comunicação ao analisar cenários, tendências e situações-problema de clientes e seus públicos**, com o objetivo de posicionar marcas e escolher técnicas de publicização e ativação de ideias que atendam aos interesses de forma sustentável, inovadora e empreendedora.

A partir destas competências gerais que sustentam a organização didático-pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda, nascem as competências específicas, que ajudam a localizar nos componentes curriculares os conhecimentos atitudinais (Saber Ser) e as habilidades (Saber Fazer).



COMPETÊNCIAS ESPECÍFICAS DO EGRESSO

Temos seis grupos de competências: função social e ética, inovação tecnológica, teoria e prática integrada, produção criativa de mídia, uso de dados para decisão e modelos de negócios diferenciados.

O que você aprenderá te prepara para criar, planejar e comunicar de forma responsável, com impacto real.

GRUPO 1: VISÃO E FUNÇÃO SOCIAL DA PUBLICIDADE

- Assimilar a função social da publicidade e propaganda e sua capacidade de transformação da realidade, entendendo as relações econômicas, mercadológicas, tecnológicas, sociais, culturais, políticas, simbólicas e regionais da atuação.
- Medir o impacto social: considerar diversidade (gênero, raça/etnia, orientação sexual, classe, deficiência, longevidade) e manter um posicionamento ético-humanístico nas relações comunicativas.
- Participar ativamente na sociedade com foco em sustentabilidade, cidadania, responsabilidade socioambiental e internacionalização para soluções de problemas complexos.

GRUPO 2: INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E KNOWLEDGE NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

- Reconhecer conceitos e impactos das inovações e convergências tecnológicas relevantes para a Comunicação Social.
- Dominar as linguagens e tecnologias (visual, sonora, verbal e suas interações) para orientar, planejar, criar e avaliar materiais publicitários.
- Investigar temas atuais da comunicação, estudos de comunicação e mídias para subsidiar decisões.



GRUPO 3: TEORIA, PRÁTICA E INTEGRAÇÃO DE SABERES

- Relacionar teorias e processos comunicacionais com as práticas de Publicidade e Propaganda.
- Relacionar conhecimentos, pensamentos e discursos para criar novas relações simbólicas.
- Diagnosticar problemas e processos de comunicação em todas as dimensões: análise, planejamento, criação, produção, programação, distribuição e gestão.

GRUPO 4 : PRODUÇÃO DE COMUNICAÇÃO E MÍDIA

- Produzir mensagens publicitárias em mídias analógicas e digitais, buscando equilíbrio entre viabilidade, interesses de anunciantes/marcas e consumidores.
- Aplicar técnicas e metodologias de projeto na construção de mensagens publicitárias.
- Criar mensagens considerando as especificidades de cada mídia, experimentando e inovando no uso das linguagens da comunicação publicitária.



GRUPO 5: DADOS, DECISÃO E POSICIONAMENTO

- Pesquisar e analisar dados e informações para subsidiar decisões de projetos e ações de comunicação.
- Produzir e gerenciar estratégias de posicionamento de marcas, interpretando consumidores, cenários e situações-problema.
- Planejar estratégias de comunicação, com foco em posicionamento de marcas e seleção de técnicas para publicização e ativação de ideias.

GRUPO 6: NEGÓCIOS, ECONOMIA CRIATIVA E ÉTICA NAS RELAÇÕES

- Inovar promovendo modelos de negócios para agenciamentos comunicacionais no contexto da Economia Criativa e desenvolvimento regional.
- Negociar com transparência e habilidade de ouvir, cultivando relações profissionais pautadas na empatia e na alteridade.

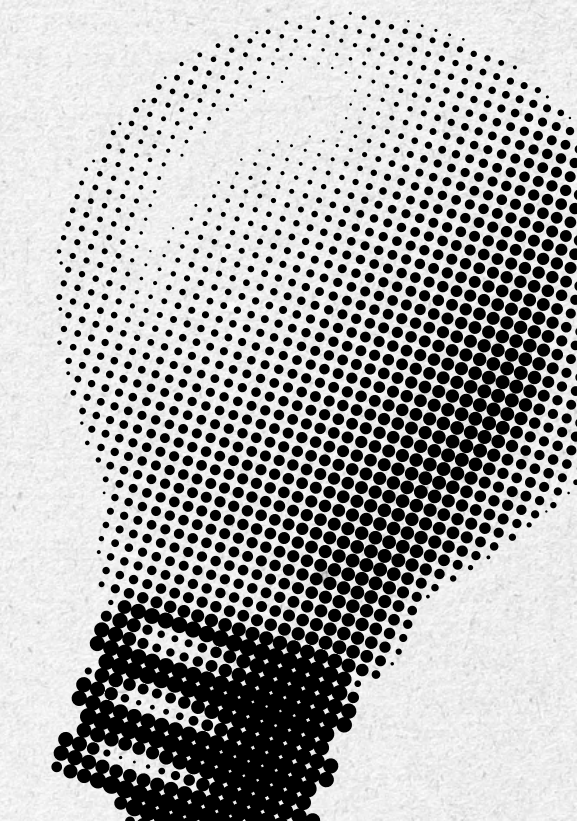




PUBLICIDADE QUE TRANSFORMA A SOCIEDADE:

**CRIAMOS MENSAGENS CRIATIVAS, PLANEJAMOS
ESTRATÉGIAS, ANALISAMOS DADOS E ATUAMOS
COM ÉTICA. QUER ENTENDER COMO A
COMUNICAÇÃO PODE MUDAR O MUNDO?**

DEM COM A GENTE!



MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular foi estruturada em 2700 horas, distribuídas em oito semestres letivos, sendo 120 horas de Trabalho de Conclusão de Curso, 270 horas de curricularização da extensão distribuída por componentes e 300 horas de Atividades Curriculares Complementares.

A nossa formação em Publicidade conecta conhecimento ético-humanístico, fundamentos de comunicação e técnicas específicas da área. Tudo desenhado para que você entenda o mundo, crie mensagens impactantes e planeje ações que façam a diferença.

Pensando em facilitar a leitura para quem está começando, organizamos a formação em três subeixos — Crítico, Criativo e Estratégico — dentro de dois grandes eixos (Geral e Específico). Ao longo dos quatro anos, você desenvolve de forma integrada:

- **Crítico:** olha o contexto, estuda teorias da comunicação e tendências atuais.
- **Criativo:** transforma ideias em mensagens únicas, combinando linguagens e estilos.
- **Estratégico:** planeja, analisa dados e posiciona marcas com responsabilidade.

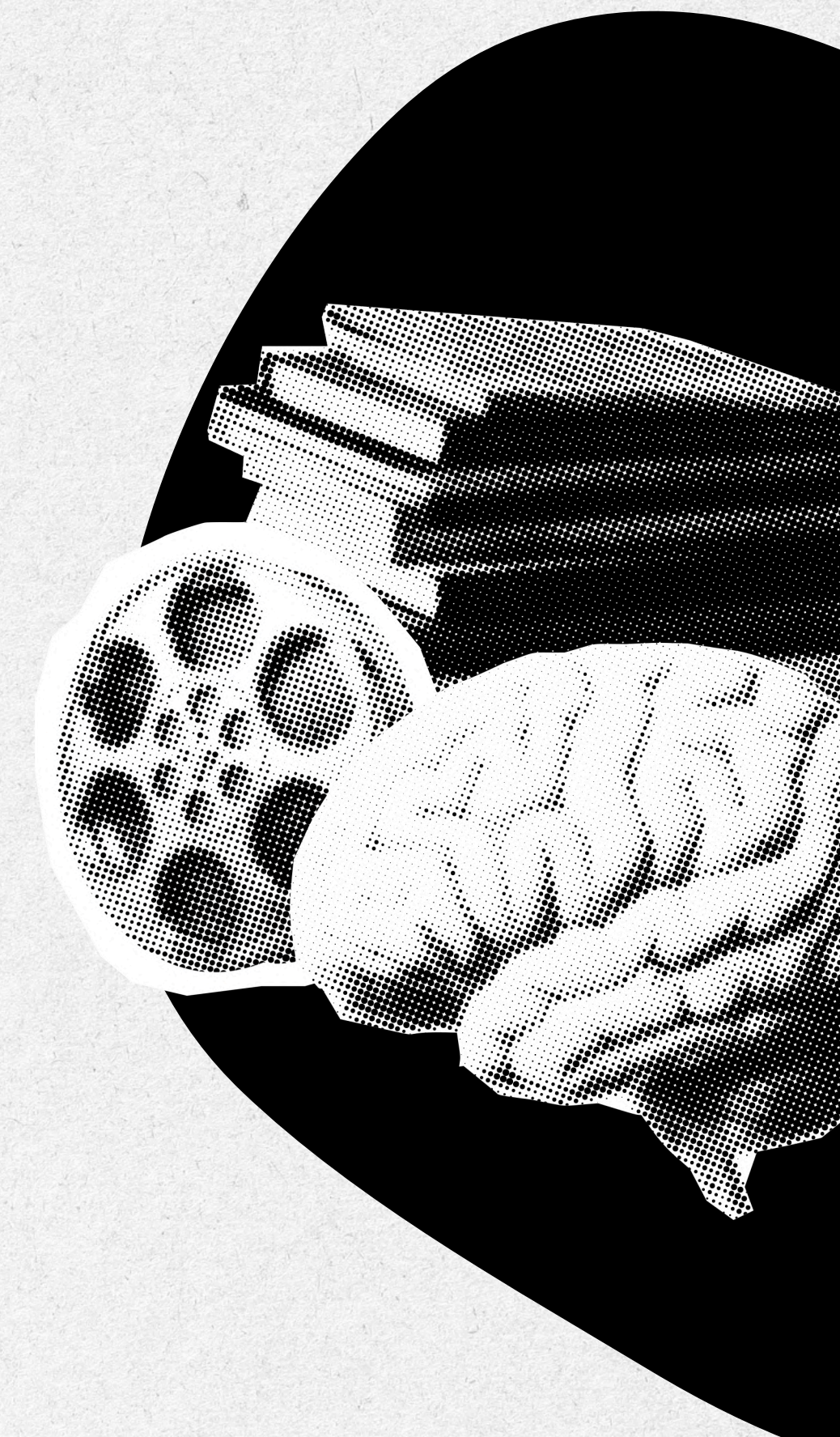


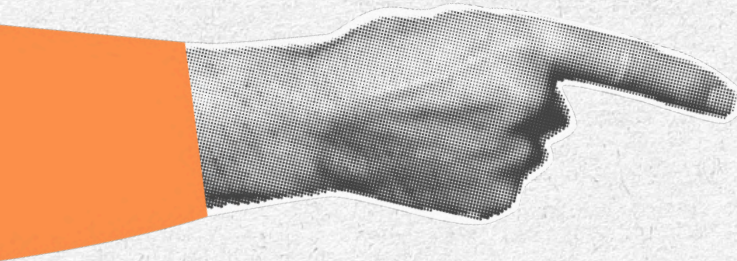
MATRIZ CURRICULAR

Essa abordagem equilibrada prepara você para atuar em diferentes ambientes — desde agências até empresas com áreas de marketing — com ética, visão de futuro e espírito empreendedor. Além disso, a formação valoriza as relações locais e regionais, conectando teoria, prática e inovação.

Outro diferencial: os componentes de natureza ABEx se destacam porque estimulam o protagonismo estudantil, o pensamento inovador e o estreitamento de laços com o mercado de trabalho. Eles promovem a integração entre hard skills (conhecimentos técnicos) e soft skills (competências humanas), preparando você para os desafios reais da carreira.

A proposta ABEX coloca a resolução de problemas complexos como eixo central do currículo, levando a prática científica para dentro da sala de aula. Ou seja, você aprende fazendo: teoria aplicada, projetos reais e aprendizados que fazem sentido fora da universidade. Assim, as suas habilidades crescem de forma significativa porque você vê o conhecimento em ação e constata o impacto do que aprende no mundo do trabalho.





MATRIZ CURRICULAR PUBLICIDADE E PROPAGANDA SEPARADA POR EIXOS

Crítico

Criativo

Estratégico

Formação Geral em Comunicação e Ético-Humanística

Formação Específica em Publicidade e Propaganda

1
300h

LINGUAGENS E
ESTÉTICAS DA
COMUNICAÇÃO 80h

INTRODUÇÃO À
CRIAÇÃO VISUAL 40h

FORMAÇÃO
PROFISSIONAL
EM PUBLICIDADE
E PROPAGANDA 40h

PENSAMENTO
CRIATIVO EM
PUBLICIDADE E
PROPAGANDA 60h

MARKETING 80h

2
340h

FUNDAMENTO
DE FOTOGRAFIA 60h

GESTÃO DE
PROJETOS 40h
EAD

CONTEXTOS
HISTÓRICOS DA
COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA 80h

DIREÇÃO
DE ARTE 80h

REDAÇÃO
PUBLICITÁRIA 80h

3
380h

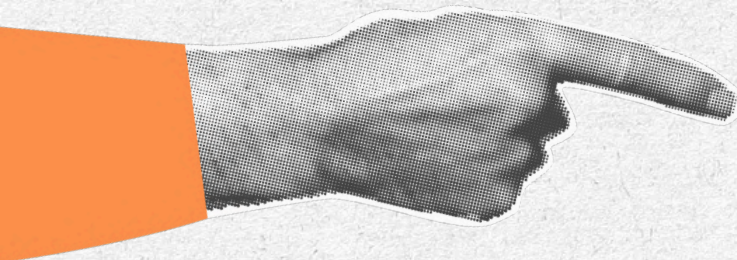
MÍDIAS E
PONTOS DE
CONTATO 60h

CRIAÇÃO
PUBLICITÁRIA
AUDIOVISUAL 80h

COMUNICAÇÃO
E MARKETING
DIGITAL 80h

FOTOGRAFIA
PUBLICITÁRIA 80h

ABEX - ATENDIMENTO
E CAMPANHA
PUBLICITÁRIA 80h



MATRIZ CURRICULAR PUBLICIDADE E PROPAGANDA SEPARADA POR EIXOS

Crítico

Criativo

Estratégico

Formação Geral em Comunicação e Ético-Humanística

Formação Específica em Publicidade e Propaganda

4

340h

ESTUDOS CLÁSSICOS EM COMUNICAÇÃO 80h

INTERPRETRAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO 40h EAD

5

300h

ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS EM COMUNICAÇÃO 60h

ABEX - INTERNACIONALIZAÇÃO 40h

PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS E AUTORREGULAÇÃO 60h

EVENTOS 60h

BRANDING: DESIGN E GESTÃO DE MARCAS 80h

6

300h

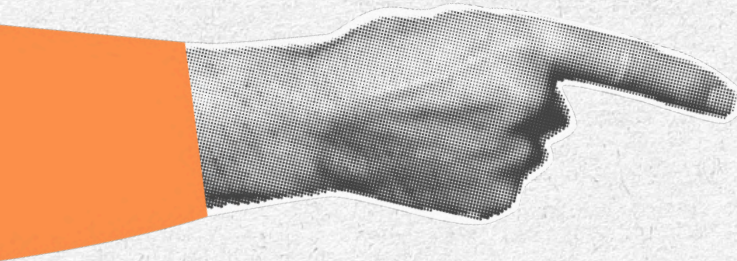
ABEX - PRODUÇÃO CIENTÍFICA 60h

DIREITOS HUMANOS E CIDADANIA 40h EAD

STORYTELLING TRANSMÍDIA 40h

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E NETNOGRAFIA 80h

ABEX - COMUNICAÇÃO OMNICHANNEL E PROMOÇÃO DE VENDAS 80h



MATRIZ CURRICULAR PUBLICIDADE E PROPAGANDA SEPARADA POR EIXOS

Crítico

Criativo

Estratégico

Formação Geral em Comunicação e Ético-Humanística

Formação Específica em Publicidade e Propaganda

7
240h

ELETIVA I

40h

ABEX - PESQUISA, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO 80h

TCC I

60h

ANÁLISE E GESTÃO EM BIG DATA 60h

7
500h

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL 40h

ELETIVA II

40h

TCC II

60h

GESTÃO DE NEGÓCIOS NA ECONOMIA CRIATIVA 60h

CARGA HORÁRIA TOTAL 2700H



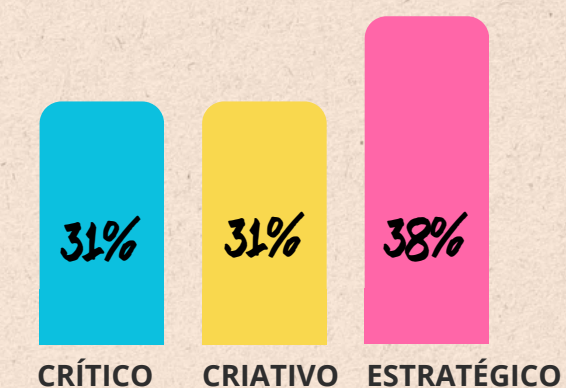
*Atividade Curricular Complementar

FORMAÇÃO POR EIXOS



*Atividade Curricular Complementar

EIXOS POR ÊNFASES



Estágio é aprendizado na prática, desde o primeiro semestre. Você vivencia o mercado de verdade, com supervisão qualificada, enquanto constrói experiência e currículo antes mesmo de se formar.



CONHEÇA 7 MOTIVOS PARA FAZER ESTÁGIO EM PUBLICIDADE



ESTÁGIOS NÃO OBRIGATÓRIOS E REMUNERADOS

1. CONEXÃO COM O MERCADO

Aproximação direta com empresas e oportunidades futuras.

2. REMUNERAÇÃO

Bolsa-auxílio desde o começo da jornada.

3. TEORIA NA PRÁTICA

Aplicação do que você aprende em situações reais.

4. HABILIDADES PROFISSIONAIS

Desenvolve comunicação, criatividade, gestão e trabalho em equipe.

5. INOVAÇÃO

Criação de soluções criativas para desafios reais.

6. VISÃO SOCIAL

Amplia a compreensão do impacto da profissão na sociedade.

7. POSTURA ÉTICA

Vivência de princípios que orientam a conduta profissional.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O TCC será desenvolvido a partir de um componente curricular específico, com carga horária de 120 horas, divididas em duas etapas:

- Etapa (I): desenvolvimento do projeto de pesquisa - 7. período;
- Etapa (II): elaboração do relatório da pesquisa - 8. período.

Em ambas as fases, o trabalho será orientado por um docente do curso e avaliado por uma banca composta por professores e/ou profissionais da área.

Curso PP Uno já ganhou dois prêmios nacionais de monografia - Premio Ricardo Ramos, da APP Brasil



2023 - MENÇÃO DE HONRA

Segundo colocado no Concurso Universitário de Trabalho de Conclusão de Curso "Ricardo Ramos", promovido pela APP Brasil em São Paulo.



2024 - VENCEDORA

Concurso Universitário de Trabalho de Conclusão de Curso APP Brasil em São Paulo.

ATIVIDADE CURRICULAR COMPLEMENTAR

Atividades Curriculares Complementares (ACCs) ajudam a flexibilizar o currículo obrigatório, aproximar o aluno da realidade social e profissional, incentivar o aprofundamento temático e a interdisciplinaridade, além de promover a conexão entre a universidade e a sociedade nos eixos de Ensino, Pesquisa e Extensão. No curso, a carga horária para ACCs é de 300 horas, distribuídas entre atividades variadas.

PORQUE AS ACCS SÃO IMPORTANTES

- Flexibilizam o currículo
- Incentivam estudo de temáticas
- Conectam o Ensino, Pesquisa e Extensão.

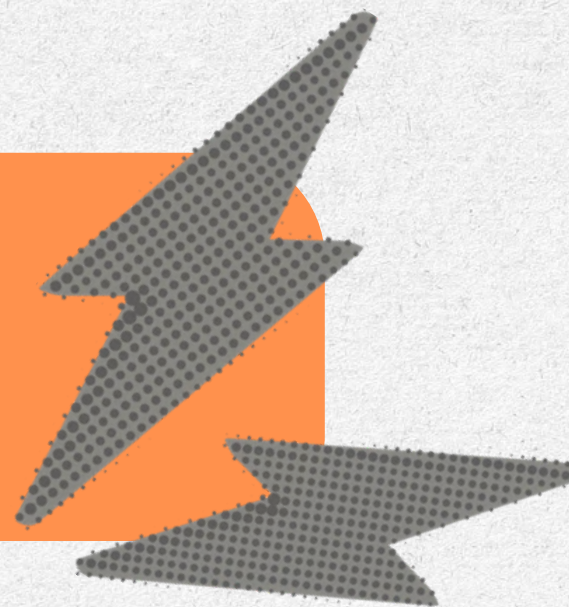


ACCS: CONECTANDO TEORIA À PRÁTICA

- Projetos e extensão: cursos/oficinas, voluntariado e serviços comunitários.
- Práticas: monitoria, estágios não obrigatórios, empresa júnior, viagens e visitas técnicas.
- Eventos: participação, organização e bancas de TCC/dissertações/teses.
- Pesquisa: iniciação científica, apresentações e publicações.
- Ensino-aprendizagem: cursos, idiomas, eletivos, grupos de estudo e atividades artísticas/esportivas.



LABORATÓRIOS



0110G463544

ACIN PP



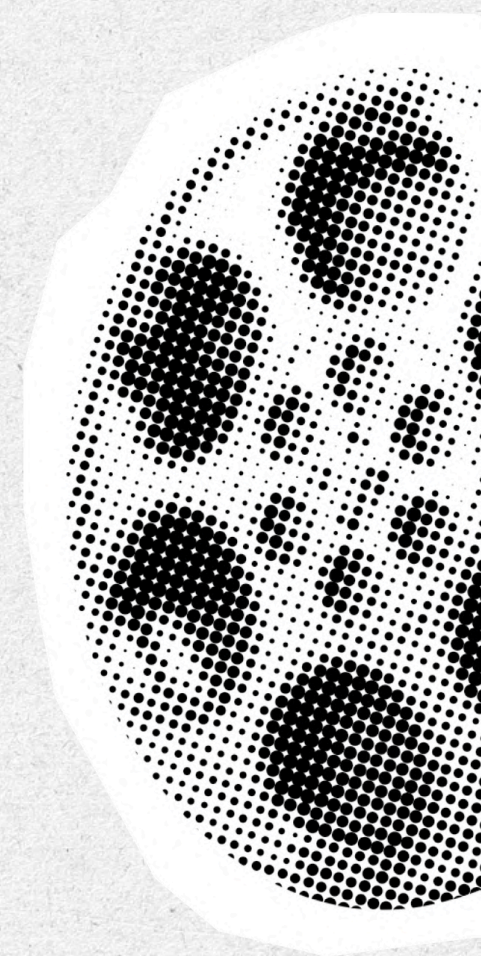
0110G463544

MÍDIAS AUDIOVISUAIS

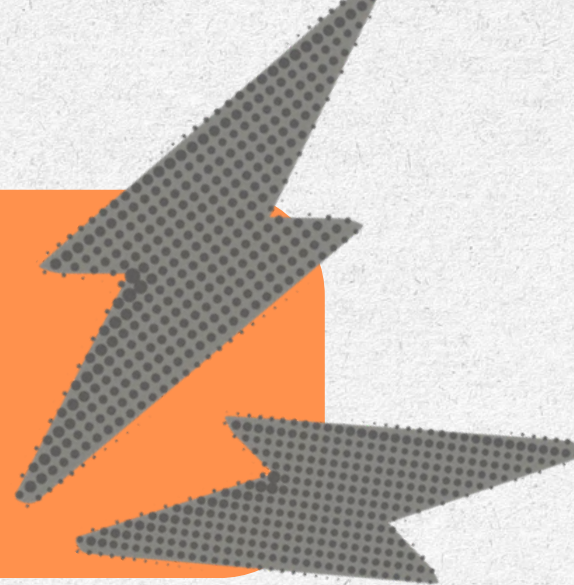


0110G463544

MÍDIAS SONORAS



LABORATÓRIOS



0110G463544
CRIAÇÃO VISUAL



110G463544
**FOTOGRAFIA
DIGITAL**



0110G463544
**FOTOGRAFIA
ANALÓGICA**



0110G463544
**FOTOGRAFIA
DE PRODUTO**

2026 EM PRÊMIOS:



Melhor Produção Audiovisual
para Mídias Digitais / Mostra E



Maria Eduarda Scalcon (líder);
Andreina Metzger, Eduarda
Garbozza Moura, Larissa Solivo e
Pedro Zart Gasperi (coautores).

Intercom
Sul

Toledo | 2026

PRÊMIO EXPOCOM

FILM NEGATIVE

FILM NEGATIVE



Melhor Design gráfico de identidade
João-de-Barro: cerâmicas artesanais.

Marco Antonio Gnoatto (líder),
Talita Gabrieli de Oliveira e
Monaliza Scopel (coautoras).



PRÊMIO EXPOCOM 2026

MELHOR
DESIGN GRÁFICO



EXPOCOM NACIONAL

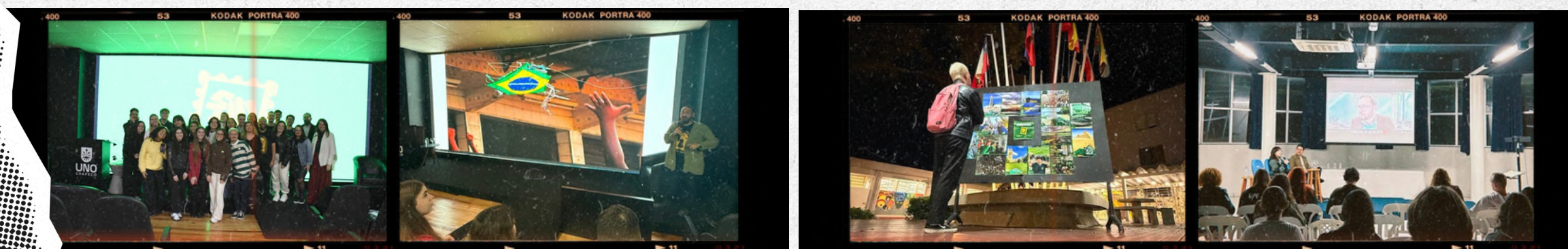


INTERCOM 2026

2026 EM DESTAQUE:

SEMANA INTERNACIONAL DE FOTOGRAFIA

Evento de Internacionalização em fotografia, debate com fotógrafos referência no Brasil e no mundo.





**Publicidade
e Propaganda**
Unochapecó



Unochapecó: Servidão Anjo da Guarda, 295-D, Bairro Efapi, Chapecó.