



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
OBJETIVOS

OBJETIVOS GERAIS:

- Propiciar conhecimentos teóricos e metodológicos da comunicação, relacionando-os com as especificidades teóricas e práticas de cada habilitação;
- Investir na formação sócio-cultural e política do aluno, com a expectativa de que este venha a aplicar os referidos conhecimentos em sua futura atividade profissional;
- Proporcionar iniciação à pesquisa na área de comunicação, contribuindo para a formação de profissionais capazes de refletir de forma crítica sobre suas práticas e empenhados na constante atualização de seus conhecimentos;
- Assegurar contato com a realidade social e profissional, com vistas a formar profissionais adequados às necessidades sociais e cientes do mercado de trabalho no qual serão inseridos;
- Ministrare ensinamentos sobre as novas tecnologias de comunicação, especificamente no que concerne a sua aplicação às linguagens de cada habilitação;
- Desenvolver a capacidade de reflexão do aluno e sua competência crítica para analisar os padrões éticos e práticas vigentes no mercado de trabalho;
- Estimular a capacidade de refletir criticamente sobre a mídia e a sociedade;
- Promover projetos de extensão voltados para a comunidade de São Borja e da região;

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Formar profissionais em publicidade e propaganda com habilidade e competência em escrever corretamente e interpretar diferentes idéias expressas em textos gerais e específicos com os quais estarão envolvidos, em entender e discutir implicações da cultura midiática e sua incidência sobre a sociedade e em produzir trabalhos científicos pertinentes ao seu campo de atuação profissional, no âmbito da comunicação social;
- Preparar o futuro profissional para compreender a incidência das tecnologias de comunicação sobre o pensamento contemporâneo; para entender e analisar as interações que o profissional da área de comunicação promove com as pessoas e a sociedade, para analisar e utilizar as linguagens oral, escrita e icônica, relacionando-as com as práticas comunicacionais;
- Capacitar o acadêmico para o exercício da criatividade nas diversas funções que poderá assumir profissionalmente, para utilizar adequadamente as técnicas e os meios, elaboração de planejamento, criação, produção e veiculação de peças e campanhas publicitárias de acordo com o perfil do segmento de mercado pretendido pelo anunciante e conforme seus objetivos mercadológicos; para propor, criar, produzir e avaliar criticamente peças e campanhas de propaganda e de publicidade, utilizando-se dos instrumentos apropriados para estes fins; para promover, aplicar e analisar resultados de pesquisas junto a interesses específicos que venham a dar sustentação às práticas publicitárias;

- Preparar o futuro profissional para entender os objetivos mercadológicos do anunciante, planejar ações de comunicação para atingi-los e comunicar tais objetivos, com pertinência, economia de custos e eficácia; para transformar esses objetivos em mensagens publicitárias gráficas, eletrônicas e digitais utilizando-se de textos, de imagens fotográficas e em movimento e de sons, arranjando-os esteticamente de acordo com a linguagem publicitária, configurada conforme o consumo cultural dos consumidores dos produtos e serviços oferecidos pelo anunciante;

Levar o acadêmico a perceber as situações econômicas, sociais e culturais de produtores e consumidores e, a partir disso, propor soluções de comunicação publicitárias compatíveis e inovadoras em novos contextos; prepará-lo para conduzir-se eticamente nas relações que se estabelecem no mercado publicitário e a agir com consciência de que suas práticas incidem sobre os receptores de suas mensagens.

Data:

____/____/____

Coordenador do Curso