

**Anexo I**  
**Histórico de Alterações em Projetos Pedagógicos do IFSULDEMINAS**

Identificação do Projeto (O PPC com as alterações propostas deverá acompanhar este anexo)	
Nome do Curso	Tecnologia em Produção Publicitária
Modalidade	Presencial
Nível	Superior
Campus	Passos
Coordenador	Lícia Frezza Pisa
Data	Alterações Propostas (Registrar resumidamente apenas os tópicos e informações relevantes)
22/09	<p>A carga horária do curso foi reduzida de 2.400h para 1.633h20 com a optativa de Libras e, somando a AACC (extracurricular) de 100h o curso totaliza 1733h20.</p> <p>O TCC foi retirado do PPC, pois a Resolução CNE/CP 3, de 18 de dezembro de 2002 o torna facultativo (redução de 200h da carga horária total do curso).</p> <p>Redução da carga horária da AACC de 200h para 100h (mantendo a exigência de no mínimo 3 atividades diferentes, não podendo ultrapassar 50h em uma única atividade).</p> <p><b>Disciplinas que saíram da matriz curricular:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenho (33h20)</li> <li>- Metodologia Científica (33h20)</li> <li>- Comunicação Organizacional (33h20)</li> </ul> <p><b>Disciplinas que entraram na matriz curricular:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Neurociência do consumo (33h20).</li> <li>- Atendimento Publicitário (33h20).</li> </ul> <p><b>Mudança em disciplinas: nomenclaturas, junções e carga horária:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introdução à Publicidade e Propaganda passou a ser chamada de Teoria e Técnica de Publicidade e Propaganda com redução de carga horária: de 66h40 para 33h20.</li> <li>- Teoria da Comunicação reduziu de 66h40 para 33h20.</li> <li>- Introdução ao Marketing passou a ser chamada Marketing, com a mesma carga horária de 33h20.</li> <li>- A disciplina de Semiótica foi incorporada na disciplina de Linguagem e Persuasão e passou a ser chamada Linguagem e Semiótica, com a mesma carga horária de 66h40.</li> <li>- A disciplina de Redação Publicitária I e Direção de Arte se uniram em uma nova disciplina chamada Criação Publicitária para Impressos, com carga horária de 66h40.</li> <li>- A disciplina de Redação Publicitária II e Produção Publicitária em Áudio se uniram em uma nova disciplina chamada Criação e Produção Publicitária em Áudio, com carga horária de 66h40.</li> <li>- A disciplina de Redação Publicitária III e Produção Publicitária em Vídeo se uniram em uma nova disciplina chamada Criação e Produção Publicitária em Vídeo, com carga horária de 66h40.</li> <li>- Planejamento de Campanha reduziu de 66h40 para 33h20.</li> <li>- Arquitetura de Marca reduziu de 66h40 para 33h20.</li> <li>- Marketing Digital reduziu de 66h40 para 33h20.</li> <li>- Marketing Promocional reduziu de 66h40 para 33h20.</li> <li>- Marketing saiu do 1º e vai para o 2º semestre.</li> <li>- História da Arte saiu do 2º e vai para o 1º semestre.</li> </ul>

- Comportamento do Consumidor sai do 4º e vai para o 3º semestre.
- Pesquisa de Marketing e Mercado sai do 3º e vai para o 4º semestre.
- Ética e Legislação sai do 6º e vai para o 5º semestre.

Outra modificação foi a inserção de Aulas Coletivas em disciplinas que separavam a teoria e a prática e com a presença de dois professores em sala. Esse estudo foi baseado na Proposta de Novas Diretrizes Nacionais Curriculares para os cursos de Publicidade e Propaganda (2018/2019), organizada pela Intercom, Conselho Nacional de Educação (CNE) e Ministério da Educação (MEC). Desse modo, as disciplinas de Redação Publicitária (I, II e III), que tinham seu andamento atrelado à outra disciplina de criação (Direção de Arte, Produção Publicitária em Áudio e Produção Publicitária em Vídeo), foram unidas e terão a presença de dois professores em sala, com o objetivo de trabalhar a produção de textos, roteiros e produção de maneira mais integrada, com um processo de avaliação menos fragmentado e com o intuito de organizar aulas mais dialogadas e com diversificação de ideias.

Os Pré-requisitos foram retirados durante os semestres, ficando válido apenas o pré-requisito de não ter nenhuma DP (Dependência) para cursar o 6º período, em que será realizado o Projeto Experimental.

A curricularização da extensão foi incorporada e formalizada por meio de Projetos Integradores, de modo a contemplar a interdisciplinaridade e a extensão, pois cada projeto terá caráter extensionista e atenderá, de alguma forma, a comunidade externa. Em cada semestre haverá 2 (dois) Projetos Integradores, que poderão unir todas as disciplinas do período ou unir as disciplinas em grupos, e haverá uma disciplina encarregada de liderar a organização de cada projeto, que terá sua temática em função das disciplinas em cada período.

#### 1º semestre

##### Projeto 1 (10h): Podcasts de Comunicação (Federal FM)

###### Disciplinas:

Teoria da Comunicação (responsável pelo projeto)

Sociologia Geral e da Comunicação

Língua Portuguesa

Proposta: Produzir podcasts a partir de pensamentos e críticas sobre as teorias e os produtos comunicacionais e disponibilizar online via Federal FM.

##### Projeto 2 (10h): Projeto Instalação.

###### Disciplinas:

História da Arte (responsável pelo projeto)

Teoria e Técnica de Publicidade e Propaganda

Criatividade

Introdução à Softwares Gráficos

Proposta: Produzir instalações artísticas que reflitam sobre os meios de comunicação e sobre a publicidade utilizando a linguagem dos movimentos artísticos.

As instalações serão apresentadas em uma exposição aberta ao público.

#### 2º semestre

**Projeto 1 (10h): Projeto Empreendedor**

**Disciplinas:**

Marketing (responsável pelo projeto)

Mídia

**Proposta:** Desenvolver uma ideia de negócio na disciplina de Marketing, prototipar e fazer uma feira de apresentação e pesquisa de pré-teste para entender a aceitação do(s) público(s) e promover melhorias. A feira será aberta à comunidade.

Na disciplina de mídia os alunos deverão propor ações de mídia para lançamento do produto, respeitando as características de linguagem dos veículos e o perfil de público pretendido para o produto.

**Projeto 2 (10h): Projeto Documentar / Festival do Minuto**

**Disciplinas:**

Teoria do Audiovisual (responsável pelo projeto)

Produção Fotográfica

Introdução à Criação Visual

Linguagem e Semiótica

**Proposta:** A partir das várias linguagens trabalhadas, produzir documentários de um minuto e/ou fotografias sobre questões sociais marginais. A exibição dos filmes e/ou exposição das fotos deverá ser pública e poderá ser levada para as escolas da cidade de Passos, ficar disponível pelo canal do Youtube do curso de Produção Publicitária e integrar a programação de atividades do campus, como a Semana da Cultura ou outros eventos que tenham a mesma temática.

**3º semestre**

**Projeto 1 (10h): Projeto Briefing (parte 1)**

**Disciplinas:**

Atendimento Publicitário (responsável pelo projeto)

Criação Publicitária para Impresso

Produção Gráfica

Comportamento do Consumidor

Comunicação e Cultura

**Proposta:** Prospecção de um cliente real para a criação de uma mini campanha. Para o projeto o cliente deverá ser uma entidade sem fins lucrativos.

**Projeto 2 (10h): Projeto de Produção Impressa (parte 2)**

**Disciplinas:**

Atendimento Publicitário (responsável pelo projeto)

Criação Publicitária para Impresso

Produção Gráfica

Comportamento do Consumidor

Comunicação e Cultura

**Proposta:** A partir do briefing do cliente real (parte 1), desenvolver uma campanha de material impresso. As temáticas de educação e preservação ambiental devem ser debatidas nesse trabalho.

**4º semestre**

**Projeto 1 (10h): Projeto de Pesquisa de Mercado (parte 1)**

**Disciplinas:**

Pesquisa de Marketing e Mercado (responsável pelo projeto)

Planejamento de Campanha

Planejamento de Mídia

Arquitetura de Mídia

Marketing Político

Criação e Produção Publicitária em Áudio

**Proposta:** A partir de um cliente real (que pode variar entre empresa de produto, serviço ou pessoa política), ou de uma situação social que apresente problemas, desenvolver uma pesquisa de mercado para a compreensão e aprofundamento sobre o tema.

**Projeto 2 (10h): Projeto de Planejamento de Campanha (parte 2)**

**Disciplinas:**

Planejamento de Campanha (responsável pelo projeto)

Planejamento de Mídia

Pesquisa de Marketing e Mercado

Arquitetura de Marca

Marketing Político

Criação e Produção Publicitária em Áudio

**Proposta:** Com os resultados obtidos na pesquisa, desenvolver um planejamento de campanha (política/ produto/ serviço) ou Projeto de Desenvolvimento Regional, que deverá ser apresentado de maneira pública.

**5º semestre**

**Projeto 1 (10h): Projeto de Consumo Promocional**

**Disciplinas:**

Neurociência do Consumo (responsável pelo projeto)

Marketing Promocional

**Proposta:** Relacionar o comportamento de consumo e o marketing promocional promovendo melhorias e adequações em pontos de venda.

**Projeto 2 (20h): Projeto de Planejamento de Campanha Digital**

**Disciplinas:**

Criação para Mídias Digitais (responsável pelo projeto)

Marketing Digital

Planejamento para Mídias Digitais

Redação e Produção Publicitária em Vídeo

Ética e Legislação

**Proposta:** Por meio de um cliente real ou de uma situação social relevante, desenvolver uma campanha digital para divulgação pública.

**6º Semestre**

**Projeto 1: 10h: Projeto Agência**

**Disciplinas:**

Projeto Experimental – Criação Publicitária (responsável pelo projeto)

Projeto Experimental – Planejamento Estratégico e de Marketing

Projeto Experimental – Planejamento de Mídia

Projeto Experimental – Planejamento Promocional

**Proposta:** Desenvolvimento de Projeto de Agência na área de comunicação. A apresentação das agências será pública e contará com a explicação de cada modelo de negócio.

**Projeto 2: 40h: Projeto Experimental**

**Disciplinas:**

Projeto Experimental – Planejamento de Mídia (responsável pelo projeto)

Projeto Experimental – Planejamento Estratégico e de Marketing

Projeto Experimental – Planejamento Promocional

	<p>Projeto Experimental - Criação Publicitária. Proposta: Desenvolvimento de Projeto Experimental a partir de um cliente real. A divulgação será pública e apresentada no Painel de Projetos Experimentais.</p> <p>Passos, 20 de setembro de 2018.</p> <p><i>Licia Frezza Pisa</i></p> <p>Licia Frezza Pisa Coordenadora do curso de Produção Publicitária</p>
	Justificativas
Data	Alterações Atendidas ou Justificadas Após o CADEM
26/09 30/10	<p>Considerações no corpo do PPC.</p> <p>O pedido das atualizações de Resoluções foi feito</p> <p><i>Licia Frezza Pisa</i> Licia Frezza Pisa SIAP 2238561 Port 916 de 03/06/2013 Professor do EBTT</p>
Data	Alterações Atendidas ou Justificadas Após a CAMEN ou CAPEPI
23/10	<p>Correção da Resolução 71/2013 para 09/2017.</p> <p>Núcleo de Estudos e Pesquisas Afobranleiros e Indígenas foi para o Capítulo Apoio<sup>de</sup> discente.</p> <p>TCC foi explicado como sendo projeto experimental.</p> <p>Estágio é ofertado como comp. curricular não obrigatório.</p> <p>Carga horária corrigida.</p>
Data	Alterações Atendidas ou Justificadas Após o CEPE
19/11	<p>Todas as solicitações foram atendidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- inserir nome do representante da direção Francisco Vitor de Paula;</li> <li>- alinhar numeração dos sumários;</li> <li>- direções da tabela da matriz curricular foram editadas.</li> </ul> <p><i>Licia Frezza Pisa</i> Licia Frezza Pisa SIAP 2238561 - Portaria 561 de 10/04/2017 Coordenadora do Curso de Produção Publicitária FEMINAS CAMPUS PASSOS</p>
Data	Deliberações do CONSUP

Explicação de que matriz é a partir de 2020 (não é matriz de transição)

- Anexo 2 - foi acrescido a quantidade de horas sem a C.h. da extensão

- Item 10.3 - foi acrescido que a prática profissional será descrita no plano de ensino e diários de sala.

- Sugestão da curricularização da extensão foi descrita no item 10.2

- Correção da Resolução das atividades Complementares e troca da nomenclatura Atividades Acadêmicas Científicas (AACC) para Atividades Complementares

- O Projeto Experimental passou a ser o TCC do curso. Antes tínhamos o TCC (monografia) e o Projeto Experimental.

- Não foi atendida a sugestão de criar um capítulo sobre as TIC's.

*Lígia Frezza Pisa*  
Lígia Frezza Pisa  
23/10/19  
Coordenadora do Curso de Produção Publicitária  
IFRR - SEMINÁRIO CAMPUS PASSOS

	<p>20/09/2019 <i>Licia Leza Pina</i> Data e assinatura do Coordenador do curso</p>



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SUL DE MINAS GERAIS  
COLEGIADO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO - CEPE

## TERMO DE COMPROMISSO DE CORREÇÃO E ENVIO DE DOCUMENTOS APRECIADOS PELO CEPE

Eu, Lícia Frezza Pisa, assumo compromisso de enviar os arquivos em formato editável (.doc) e não editável (.pdf) até o dia 22/11/2019, para o e-mail da presidente do CEPE (sindynara.ferreira@ifsuldeminas.edu.br), com as devidas correções após a reunião do Colegiado que ocorreu no dia 13/11/2019.

Tenho ciência de que o atraso no envio poderá ocasionar na não apreciação dos referidos documentos na reunião do Conselho Superior.

### IDENTIFICAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO

Título do documento: **Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Produção Publicitária**

Tipo de documento: ( ) Minuta de nova resolução ( ) Alteração de resolução ( X ) Alteração de Projeto Pedagógico de Curso ( ) Nova proposta de Projeto Pedagógico de Curso ( ) Outros

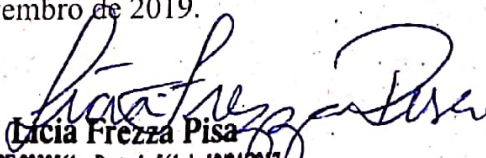
Nome do responsável: Lícia Frezza Pisa

Cargo/Função: professora EBTT/ coordenadora do curso

E-mail de contato: licia.pisa@ifsuldeminas.edu.br

Local e data: Passos, 18 de novembro de 2019.

Assinatura:

  
**Lícia Frezza Pisa**  
SIAPE 2238561 - Portaria 561 de 10/04/2017  
Coordenadora de Produção Publicitária  
IFSP - PASSOS