



# PPC – Projeto Pedagógico de Curso

## **PUBLICIDADE & PROPAGANDA**

Aprovado pelo NDE do curso em 08/09/2023





## SUMÁRIO

1.1.	Identificação	7
1.2.	Missão, Visão e Objetivos da IES	7
1.3.	Histórico do IDP	8
1.4.	Inserção Regional	11
1.5.	O Curso de Publicidade e Propaganda	13
1.6.	Diferencial do Curso de Publicidade e Propaganda do IDP	15
2.1.	Políticas Institucionais no Âmbito do Curso	18
2.2.	Objetivos do Curso	20
2.3.	Perfil Profissional do Egresso	22
2.4.	Formas de Ingresso	25
2.5.	Estrutura Curricular	29
2.5.1.	Inovações Acadêmicas e Flexibilização Curriculares	32
2.5.2.	Oportunidades de integralização curricular	33
2.6.	Conteúdos Curriculares	34
2.6.1.	Presença da Extensão no Currículo do curso	36
2.6.2.	Regulamento de disciplinas optativas	37
2.7.	Representação gráfica de um perfil de formação	37
2.8.	Metodologia	39
2.8.1.	Estágio Curricular Supervisionado	42
2.8.2.	Atividades Complementares	43
2.8.3.	Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)	44
2.8.4.	Apoio à Pesquisa	47
2.9.	Apoio ao Discente	48
2.9.1.	Programa de Monitoria Institucional	50
2.9.2.	Programas de Apoio Financeiro	51
2.9.3.	Apoio Pedagógico e Psicopedagógico	52
2.9.4.	Atendimento e Inclusão das Pessoas com Deficiência (PDC)	53
2.9.5.	Apoio à Produção Discente	54
2.10.	Gestão do Curso e Processos de Avaliação Interna e Externa	55
2.11.	Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) no processo ensino-aprendizagem	59



2.11.1.	Ambiente de Aprendizagem Virtual (AVA)	62
2.12.	Número de Vagas	67
2.13.	Política e Acompanhamento de Egressos	68
2.14.	Avaliação do PPC	70
3.1.	Núcleo Docente Estruturante (NDE)	72
3.2.	Coordenação do curso	74
3.3.	Corpo Docente	75
3.3.1.	Regime de Trabalho do Corpo Docente	76
3.3.2.	Experiência Profissional do corpo docente	76
3.3.3.	Experiência no exercício da Docência Superior	77
3.4.	Atuação do Colegiado do Curso	78
3.5.	Produção Científica, Cultural ou Tecnológica do Corpo Docente	80
4.3.	Sala de professores	81
4.4.	Coordenação do curso	82
4.5.	Atendimento ao Discente	83
4.6.	Salas de Aula	83
4.7.	Acesso dos alunos a equipamentos de informática	86
4.7.1.	Infraestrutura Tecnológica	87
4.7.2.	Recursos de informática	87
4.8.	Auditório	90
4.9.	Infraestrutura para a CPA	91
4.10.	Instalações Sanitárias	92
4.11.	Espaços de Convivência e de Alimentação	92
4.12.	Biblioteca	93
4.12.1.	O Espaço	96
4.12.2.	Tecnologias assistivas e Instalações acessíveis	96
4.12.3.	Administração	97
4.12.4.	Política de Aquisição, Expansão e Atualização	97
4.12.5.	Manutenção do Acervo e Conservação	98
4.12.6.	Acervo Específico do Curso	99
4.12.7.	Periódicos Especializados	100



<b>4.13. Laboratórios</b>	100
<b>4.13.1. Laboratórios Específicos e Correlações com seus cursos</b>	102
<b>4.13.2. Políticas para os Laboratórios</b>	102
<b>4.14. Processo de Controle de Produção ou Distribuição de Material Didático</b>	102



## LISTAGEM DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1: Pirâmide Etária do Distrito Federal (projeção) Fonte: CODEPLAN	12
Figura 2: Distribuição percentual da matrícula de graduação, Países da OCDE (2018) e Brasil (2018). Fonte: INEP	15
Figura 3: Eixos norteadores da Abordagem Pedagógica	41
Figura 4: Exemplo de integração no Canvas	65
Figura 5: Sala dos Professores	79
Figura 6: Espaços de Atendimento aos Discentes	81
Figura 7: Exemplos de salas de aula	82
Figura 8: Auditório do IDP	89



## LISTAGEM DE TABELA

Tabela 1: análise do número de cursos e vagas no curso de Publicidade e Propaganda em nível nacional e local (INEP, 2022).	14
Tabela 2: Representação gráfica da oferta de disciplinas do curso de Publicidade e Propaganda e cargas horárias	37
Tabela 4: Permissões da plataforma Canvas	61
Tabela 5: Integrações da Plataforma Canvas	64
Tabela 6: Relação de professores do quadro – Publicidade e Propaganda do IDP	76
Tabela 7: Descritivo da sala de professores	80
Tabela 8: Descritivo do espaço de Coordenadores	80
Tabela 9: Descritivo de Áreas de atendimento ao Discente	81
Tabela 10: Descritivo de Salas de Aula	82
Tabela 11: Recursos Tecnológicos disponíveis aos Alunos	85
Tabela 12: Recursos tecnológicos disponíveis à Comunidade Acadêmica	86
Tabela 13: Descritivo da sala do CPA	90
Tabela 14: Descritivo das dependências sanitárias	90
Tabela 15: Descritivo dos Espaços de Convivência e Alimentação	91
Tabela 16: Descritivo da equipe da Biblioteca	95
Tabela 17: Bases	98



---

## APRESENTAÇÃO

---

Este documento trata do **Projeto Pedagógico do Curso (PPC)** do curso de graduação em **PUBLICIDADE E PROPAGANDA na modalidade presencial** do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB).

Tal PPC baseia-se nas diretrizes explícitas nos Pareceres CNE/CES nº 492/2001 e 1.363/2001 e na Resolução CNE/CES nº 16/2002, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a área de Comunicação Social e suas habilitações. Observa, ainda, o disposto no Parecer CNE/CES nº 146/2020, aprovado em 29 de abril de 2020, sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, a fim de construir um curso atual e dinâmico, que prepara seu corpo discente e egressos para exercer sua profissão de forma excelente não apenas em agências publicitárias, mas também formando profissionais para todo tipo de desafio profissional.

Para tal, o presente documento apresenta os recursos e os princípios didático-pedagógicos, metodológicos e estruturais necessários para que a proposta do curso seja entregue de maneira otimizada.

O documento se divide em quatro seções: contextualização do curso e do IDP, organização didático-pedagógica, corpo docente e infraestrutura acadêmica.



---

# 1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

---

## 1.1. Identificação

Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda

Ato autorizativo: Portaria nº 307, de 15/10/2020, publicada no DOU de 16/10/2020

Modalidade: Curso Presencial sem Oferta EaD

Duração: 3.250 (três mil duzentas e cinquenta) horas

Tempo de integralização: Mínimo de 8 (oito) e máximo de 12 (doze) semestres

Periodicidade: Semestral

Número de vagas anuais autorizadas: 120

Turno: Diurno (Matutino)

Ano de formação de PPC: 2020

Ano de formação da última versão do PPC: 2024

Ano/semestre de início de funcionamento: 2021/1

Coordenador: Prof. Dr. Bruno Saboya de Aragão

## 1.2. Missão, Visão e Objetivos da IES

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) tem como missão “desenvolver o ensino superior e a pesquisa de excelência formando profissionais qualificados a enfrentar os desafios da sociedade contemporânea e da realidade brasileira”.

A visão do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) é “desenvolver-se e ser reconhecido como um centro de estudos e reflexões independente, de alta qualidade e que contribua efetivamente para a melhoria das condições sociais, políticas, econômicas e ambientais do Brasil.”

A organização do IDP, com a transformação das metas produzidas coletivamente em ações coordenadas, só é possível mediante o exercício de relações interpessoais que estejam





pautadas pela justiça e solidariedade. Ao comprometer-se com a educação e o conhecimento, o IDP desenvolve suas atividades alicerçada nos valores do **rigor acadêmico, integridade, respeito interpessoal, responsabilidade socioambiental e inovação.**

Nesse contexto, despontam como objetivos centrais do IDP:

- I. Formar profissionais e pesquisadores de excelência na sua área de atuação, aptos para enfrentar os desafios do mundo contemporâneo e para oferecer respostas aos problemas da sociedade brasileira, bem como colaborar na sua formação contínua;
- II. Promover a pesquisa científica de alto nível, tanto por meio de programas de pós-graduação *stricto sensu*, como por meio de trabalhos de iniciação científica no âmbito da graduação;
- III. Contribuir efetivamente para a redução da desigualdade social, a defesa dos direitos humanos, a valorização da diversidade brasileira e a promoção da igualdade étnico-racial;
- IV. Ser protagonista na transformação inovadora da educação superior brasileira, por meio da incorporação de novas metodologias de ensino, bem como dos desenvolvimentos tecnológicos contemporâneos;
- V. Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber por meio do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;
- VI. Suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração;
- VII. Contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do país por meio do estímulo ao empreendedorismo e à inovação;
- VIII. Promover a extensão, aberta à participação da comunidade, estabelecendo com esta uma relação de reciprocidade, voltada à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural, do ensino e da pesquisa científica.

### 1.3. Histórico do IDP

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), situado no Distrito Federal, estabelecimento privado de ensino superior, é mantido pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa - IDP Ltda. A mantenedora é pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, com sede e foro em Brasília, Distrito Federal, e com o registro da última alteração do seu contrato social certificado na Junta Comercial do Distrito Federal, sob o nº 1617021, em 09 de outubro de 2020.

Fundado em 1998, o IDP consolidou-se como um centro de estudos e reflexões sobre Administração Pública, Economia e Direito. Sendo, portanto, uma instituição que produz e difunde conhecimento de assuntos estratégicos nos campos em que atua, o IDP constitui um *think tank* independente que busca contribuir para as transformações sociais, políticas e econômicas do Brasil.



O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) é instituição de ensino superior resultante da unificação da então Escola de Direito de Brasília – EDB com a Escola de Administração de Brasília - EAB, por meio da Portaria MEC nº 128 de 26/02/2018, publicada no DOU de 27/02/2018.

A Escola de Direito de Brasília - EDB foi credenciada pela Portaria MEC nº 953, de 22/07/2010, publicada no DOU de 23/07/2010; reconhecida pela Portaria MEC nº 84, de 16/02/2016, publicada no DOU de 17/02/2016; e, credenciada para a oferta de cursos de pós-graduação lato sensu na modalidade a distância pela Portaria MEC nº 184, de 05/04/2016, publicada no DOU de 06/04/2016. A Portaria MEC nº 918, de 15/08/2017, publicada no DOU de 16/08/2017, tornou pública a transformação do ato de credenciamento para oferta exclusiva de cursos de pós-graduação lato sensu a distância em credenciamento para oferta de cursos superiores nessa modalidade.

A EDB ofertou, desde o início do ano de 2011, o Curso de Graduação em Direito, bacharelado, presencial, autorizado pela Portaria SESu/MEC nº 1.029, de 17/08/2010, publicada no DOU de 18/08/2010; reconhecido pela Portaria SERES/MEC nº 492, de 29/06/2015, publicada no DOU de 30/06/2015; com reconhecimento renovado pela Portaria SERES/MEC nº 266 de 03/04/2017, publicada no DOU de 04/04/2017. Após a unificação da EDB com a EAB, foi publicada a Portaria SERES/MEC nº 257 de 12/04/2018, publicada no DOU de 13/04/2018, que aditou o número total de vagas anuais autorizadas para o curso, que passou de 200 (duzentas) para 360 (trezentos e sessenta).

A Escola de Administração de Brasília - EAB, foi credenciada pela Portaria MEC nº 1.544, de 24/10/2011, publicada no DOU em 25/10/2011; e, reconhecida pela Portaria MEC nº 1261 de 29/09/2017, publicada no DOU de 02/10/2017. A EAB ofertou, desde o início do ano de 2015, o Curso de Graduação em Administração Pública, bacharelado, presencial, autorizado pela Portaria SERES/MEC nº 481 de 29/11/2011, publicada no DOU em 30/11/2011; reconhecido pela Portaria SERES/MEC nº 574, de 09/06/2017, publicada no DOU de 12/06/2017.

Em consequência da unificação realizada por meio da Portaria MEC nº 128/2018, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) assumiu a responsabilidade integral pelos cursos em funcionamento e regularmente autorizados das IES incorporadas (EDB e EAB), garantindo a manutenção e melhoria da qualidade dos mesmos.

Em 2020, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) foi reconhecido pela Portaria MEC nº 868 de 21/10/2020, publicada no DOU de 23/10/2020. Nesse ano foram autorizados os seguintes cursos de graduação:

- ADMINISTRAÇÃO, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 307, de 15/10/2020, publicada no DOU de 16/10/2020;
- CIÊNCIAS ECONÔMICAS, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 307, de 15/10/2020, publicada no DOU de 16/10/2020;
- JORNALISMO, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 307, de 15/10/2020, publicada no DOU de 16/10/2020
- PUBLICIDADE E PROPAGANDA, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 307, de 15/10/2020, publicada no DOU de 16/10/2020.



No ano de 2021 novos cursos de graduação foram autorizados, são eles:

- ARQUITETURA E URBANISMO, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 1.127, de 05/10/2021, publicada no DOU de 06/10/2021;
- CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 1.127, de 05/10/2021, publicada no DOU de 06/10/2021;
- ENGENHARIA DE SOFTWARE, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 1.127, de 05/10/2021, publicada no DOU de 06/10/2021;
- RELAÇÕES INTERNACIONAIS, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 1.127, de 05/10/2021, publicada no DOU de 06/10/2021.

Em 2022 foram autorizados os seguintes cursos de graduação:

- ADMINISTRAÇÃO, bacharelado, EaD, Portaria MEC nº 1.116, de 23/12/2022, publicada no DOU de 27/12/2022;
- ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS, tecnológico, EaD, Portaria MEC nº 1.004, de 25/11/2022, publicada no DOU de 29/11/2022;
- CIÊNCIA DE DADOS, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 627, de 28/04/2022, publicada no DOU de 02/05/2022;
- CIÊNCIA DE DADOS E BIG DATA, tecnológico, EaD, Portaria MEC nº 1.116, de 23/12/2022, publicada no DOU de 27/12/2022;
- CIÊNCIAS ECONÔMICAS, bacharelado, EaD, Portaria MEC nº 1.096, de 20/12/2022, publicada no DOU de 21/12/2022;
- PSICOLOGIA, bacharelado, presencial, Portaria MEC nº 467, de 06/02/2022, publicada no DOU de 08/02/2022.

Concomitante à oferta dos cursos de graduação, o IDP - BSB realiza cursos de extensão e oferta cursos de pós-graduação lato e stricto sensu, por meio de sua formal e efetiva vinculação aos demais programas já ministrados pelo IDP.

No campo da pós-graduação lato sensu, o IDP - BSB ministra vários cursos de especialização, de acordo com as necessidades locais e regionais, são eles:

- Advocacia Empresarial, Contratos, Resp. Civil e Família
- Big Data, Business Analytics e Gestão de Negócios e Big Data e Data Science Aplicado ao Setor Público
- Comunicação Governamental e Marketing Político
- Concessões e Parcerias com a Administração Pública
- Direito Administrativo
- Direito Civil Contemporâneo
- Direito Civil e Empresarial
- Direito Constitucional
- Direito Digital e Proteção de Dados
- Direito do Trabalho e Processo do Trabalho
- Direito Eleitoral
- Direito Empresarial
- Direito e Processo do Trabalho
- Direito Imobiliário



- Direito Legislativo
- Direito Penal e Processo Penal
- Direito Processual Civil
- Direito Tributário
- Direito Tributário e Finanças Públicas
- Jornalismo de Dados
- Jornalismo Investigativo
- LLM - Controle e Combate à Corrupção
- LLM de Direito Administrativo
- LLM de Direito Constitucional
- LLM de Direito dos Negócios e Governança Corporativa
- LLM de Direito Eleitoral
- LLM de Direito Penal Econômico
- LLM - Direito Corporativo e Governança Empresarial
- Logística, Mobilização e Meio Ambiente
- Master in Public Administration: Políticas Públicas, Gestão e Controle da Administração
- MBA em Direito e Regulação do Setor Elétrico
- MBA em Saneamento e Estruturação de Novos Negócios no Setor
- MBA Executivo - Líderes do Setor Público
- Processo Civil

No campo da pós-graduação stricto sensu, o IDP - BSB ministra 05 (cinco) Programas de Mestrado e 02 (dois) Programas de Doutorado, são eles:

- **Mestrado Acadêmico em Comunicação**

Nota do Curso: A

- **Mestrado Acadêmico em Direito Constitucional**

Área Básica: Direito Constitucional

Áreas de Concentração do Programa: Direito Constitucional

Ano de Início: 2007

Nota do Curso: 5

Último Ato Normativo: Renovação de Reconhecimento - Portaria nº 0609, publicada no DOU de 18/03/2019 - Homologação do Parecer CNE/CES 487/2018 - Avaliação Quadrienal 2017

- **Mestrado Profissional em Administração Pública**

Área Básica: Administração Pública

Áreas de Concentração do Programa: Gestão Pública Contemporânea

Ano de Início: 2016

Nota do Curso: 4



Último Ato Normativo: Renovação de Reconhecimento - Portaria nº 0609, publicada no DOU de 18/03/2019 - Homologação do Parecer CNE/CES 487/2018 - Avaliação Quadrienal 2017

- **Mestrado Profissional em Direito Econômico e Desenvolvimento**

Área Básica: Direito

Áreas de Concentração do Programa: Direito Econômico

Ano de Início: 2018

Nota do Curso: 3

Último Ato Normativo: Reconhecimento - Portaria nº 0479, publicada no DOU de 15/05/2020 - Homologação do Parecer CNE/CES 653/2019

- **Mestrado Profissional em Economia do Setor Público**

Área Básica: Economia

Áreas de Concentração do Programa: Economia do Setor Público

Ano de Início: 2018

Nota do Curso:3

Último Ato Normativo: Reconhecimento - Portaria nº 0486, publicada no DOU de 18/05/2020 - Homologação do Parecer CNE/CES 839/2019

- **Doutorado em Direito Constitucional**

Área Básica: Direito Constitucional

Áreas de Concentração do Programa: Direito Constitucional

Ano de Início: 2019

Nota do Curso:5

Último Ato Normativo: Reconhecimento - Portaria nº 0479, publicada no DOU de 15/05/2020 - Homologação do Parecer CNE/CES 653/2019

- **Doutorado Profissional em Administração Pública**

Área Básica: Administração Pública

Áreas de Concentração do Programa: Gestão Pública Contemporânea

Nota do Curso: 4

Último CTC: 221ª Reunião CTC – Avaliação

Nos cursos ofertados o IDP - BSB incorporou estratégias de ensino que passaram a utilizar as novas formas de comunicação e, também, a incorporar o potencial de informação da Internet. A utilização da interatividade na aprendizagem passou a apresentar uma nova dimensão,



potencializada pela Internet e suas ferramentas (como a videoconferência, a videoaula e os softwares de reunião eletrônica entre outros). As metodologias do processo ensino-aprendizagem apoiadas pelas novas tecnologias digitais foi fortemente impulsionada nos últimos anos.

## 1.4. Inserção Regional

O IDP possui limite territorial de atuação circunscrito ao Distrito Federal. O Distrito Federal é o menor território autônomo do Brasil e, por determinação constitucional, não pode ser dividido em municípios. É formado pela Capital Federal Brasília e suas Regiões Administrativas. Em 21 de abril de 1960, Brasília tornou-se Capital Federal da República Federativa do Brasil.

A cidade pensada para abrigar de 500 a 700 mil habitantes, e o projeto previa que, se esse limite fosse ultrapassado, seriam criadas cidades satélites. A população rapidamente excedeu o valor inicialmente imaginado: no ano de 2022, último Censo do IBGE, o Distrito Federal chega a 2.817.381 habitantes.

Os municípios periféricos ao Distrito Federal, que fazem parte da Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE/DF), tinham, segundo o IBGE em 1960, uma população de 121.949 habitantes e cuja demanda de trabalho além dos serviços de saúde, educação, transporte, lazer, entre outros, eram atendidos no Distrito Federal, com grande pressão sobre a infraestrutura da capital.

Os problemas decorrentes desta pressão crescente exercida pela população, desde as primeiras décadas após a inauguração de Brasília, levaram as entidades públicas (estados de Goiás e Minas Gerais, Distrito Federal e Governo Federal) a se unirem objetivando propor, criar e coordenar políticas públicas que levassem, juntamente com o Distrito Federal, a ações comuns para toda a região visando minimizar a pressão exercida pelos habitantes desta periferia, que contorna o Distrito Federal. O quadro a seguir mostra essa proporção.

Nº	NOME	POPULAÇÃO (2022)	IDH (2010)	PIB PER CAPITA EM R\$ (2020)
1	Distrito Federal	2.817.381	0,824	87.016,16
2	Abadiânia	17.232	0,689	20.179,10
3	Água Fria de Goiás	4.954	0,671	60.314,60
4	Águas Lindas de Goiás	225.693	0,686	9.594,73
5	Alexânia	27.008	0,682	35.507,95
6	Alto Paraíso de Goiás	10.306	0,713	29.784,01
7	Alvorada do Norte	8.446	0,660	17.801,21
8	Barro Alto	10.371	0,742	133.652,60
9	Cabeceiras	7.560	0,668	38.641,46
10	Cavalcante	9.583	0,584	46.043,74
11	Cidade Ocidental	91.767	0,717	11.808,14
12	Cocalzinho de Goiás	25.016	0,657	18.093,58
13	Corumbá de Goiás	10.562	0,680	21.254,49



Nº	NOME	POPULAÇÃO (2022)	IDH (2010)	PIB PER CAPITA EM R\$ (2020)
14	Cristalina	62.337	0,699	55.561,44
15	Flores de Goiás	13.744	0,597	11.208,21
16	Formosa	115.901	0,744	22.142,56
17	Goianésia	73.707	0,727	22.400,43
18	Luziânia	209.129	0,701	22.550,25
19	Mimoso de Goiás	2.614	0,665	67.176,93
20	Niquelândia	34.96	0,715	22.943,94
21	Novo Gama	103.804	0,684	9.132,84
22	Padre Bernardo	34.967	0,651	22.008,60
23	Pirenópolis	26.690	0,693	21.842,31
24	Planaltina	105.031	0,669	14.085,34
25	Santo Antônio do Descoberto	72.127	0,665	9.863,49
26	São João D'Aliança	14.041	0,685	31.803,39
27	Simolândia	5.742	0,645	20.911,12
28	Valparaíso de Goiás	198.861	0,746	15.621,31
29	Vila Boa	4.215	0,647	19.310,39
30	Vila Propício	5.815	0,634	37.142,72
31	Arinos	17.272	0,656	15.691,27
32	Buritis	24.030	0,672	38.041,06
33	Cabeceira Grande	6.627	0,648	55.628,40
34	Unai	86.619	0,736	39.131,90

Tabela - População, IDH e PIB Per Capita do Distrito Federal e Cidades do Entorno.

Fonte: IBGE, 2023.

Brasília é muito mais que o centro político do Brasil, é um polo econômico em uma cidade atípica e diversificada. Possui um expressivo mercado consumidor, com mais de 3 milhões de pessoas com renda média até três vezes maior que a nacional, o que evidencia um grande potencial em desenvolvimento.

Por ser uma cidade tombada pelo IPHAN e que recebeu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco, a ocupação do território de Brasília tem características diferenciadas muito singulares. Sua principal atividade econômica está ligada à Administração Pública. Nos últimos anos, o Governo do Distrito Federal tem tentado incentivar o desenvolvimento de indústrias não poluentes como a de software, cinema, vídeo, gemologia, entre outras, com ênfase na preservação ambiental e na manutenção do equilíbrio ecológico, preservando o patrimônio da cidade.

Segundo a Codeplan, a população urbana da RA Plano Piloto em 2021 era de 224.848 pessoas, sendo 53,44% do sexo feminino. A pirâmide etária 2022, apresentada na figura a seguir, traz a distribuição da população por faixas de idade e por sexo, para cada um dos setores.



## Pirâmide etária

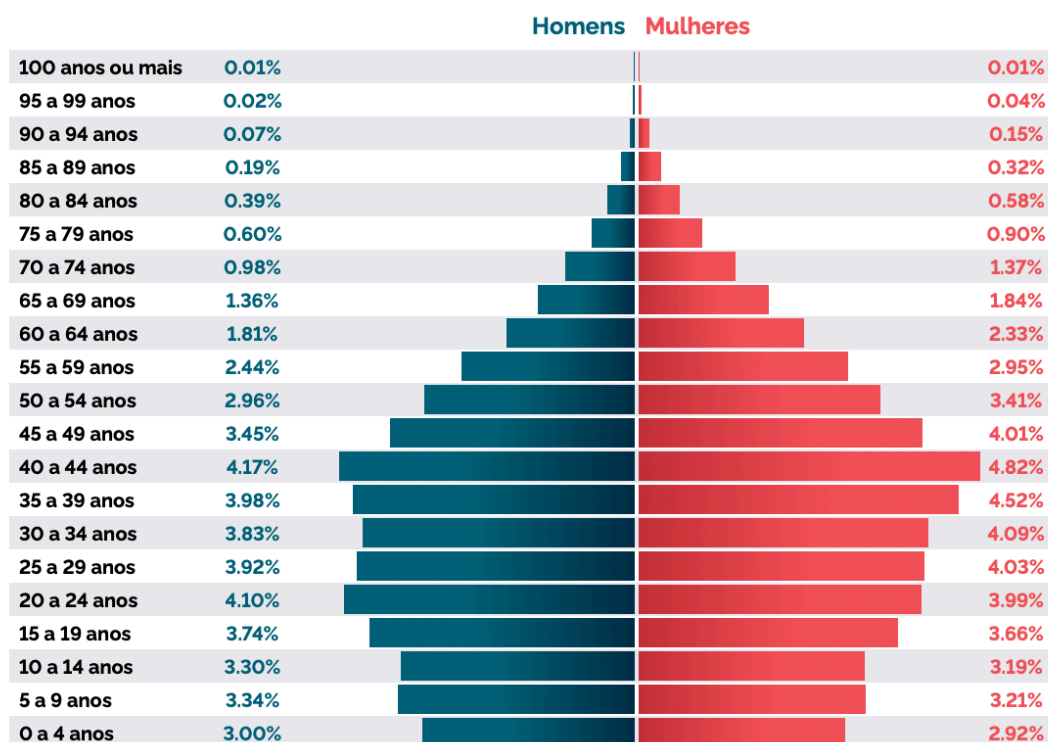


Figura - Distribuição da população por faixas de idade e sexo, Distrito Federal, 2022.

Figura 1: Pirâmide Etária do Distrito Federal (projeção) Fonte: CODEPLAN

A configuração do mercado de trabalho do Distrito Federal tem alta concentração de vínculos ligados à Administração Pública. Essa concentração, por sua vez, se reflete numa distribuição espacial desigual entre as RAs. Desigualdade que é ratificada na Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD) que estima um fluxo, considerando apenas deslocamentos dentro do DF, de cerca de 412 mil pessoas se deslocando diariamente para o trabalho.

Na área central, no Plano Piloto, concentra-se a maior parte dos empregos do setor público, impregnado na economia do Distrito Federal. Não apenas o Estado atua como o principal pagador de salários, o que possibilita grande parte do consumo das famílias na região, mas, também, é o principal consumidor de bens e serviços, inclusive educacionais prestados pelo IDP.

O Produto Interno Bruto do Distrito Federal (PIB-DF) acumulou ao longo de 2022, em valores correntes, R\$ 337,063 bilhões, resultado que manteve o Distrito Federal entre as maiores economias estaduais do Brasil desde o início da nova série, em 2010.





A atividade Administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social é a mais significativa na economia do Distrito Federal. Em 2017, gerou valor adicionado de R\$ 98,003 bilhões, passando a representar 45,5% de toda a economia, 0,9 ponto percentual a mais que no ano anterior (44,6%). O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Brasília é de 0,824 (2010). A Cidade está situada na faixa de Desenvolvimento Humano Muito Alto (IDH entre 0,8 e 1). Entre 2000 e 2010, a dimensão que mais cresceu em termos absolutos foi Educação (com crescimento de 0,160), seguida por Longevidade e por Renda. Entre 1991 e 2000, a dimensão que mais cresceu em termos absolutos foi Educação (com crescimento de 0,163), seguida por Longevidade e por Renda. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Brasília em 2021 é de 0,814. A localidade continua situada na faixa de Desenvolvimento Humano Muito Alto (IDH entre 0,8 e 1).

Segundo o Censo Escolar de (INEP), em 2021 foram realizadas 116.843 matrículas no ensino médio (regular e EJA) e 369.128 matrículas no ensino fundamental no Distrito Federal.

Segundo Cadastro e-MEC (2023) o Distrito Federal conta com 93 instituições de ensino superior que ofertam cursos na modalidade presencial e a distância. São IES que ofertam à sociedade 160.361 vagas anuais em cursos de graduação.

A oferta de cursos pelo IDP alinha-se com as metas e os objetivos do PNE/2014, no que tange aos seguintes aspectos:

- I. Aumentar a oferta de vagas no ensino superior na região, contribuindo para elevar mais ainda da taxa líquida de matrículas nesse nível de ensino;
- II. Contribuir para a redução das desigualdades regionais na oferta de educação superior, especificamente na área dos cursos que serão ofertados;
- III. Diversificar, regionalmente, o sistema superior de ensino, introduzindo cursos de grande importância, que visam contribuir para o desenvolvimento socioeconômico da região, promovendo a inclusão social e o fortalecimento da cidadania;
- IV. Facilitar a inclusão na educação superior, por meio de programas de compensação de deficiências de formação anterior, permitindo-lhes, desta forma, competir em igualdade de condições com os demais estudantes;
- V. Institucionalizar um sistema de avaliação interna e externa, que promova a melhoria da qualidade do ensino, da iniciação científica, da extensão e da gestão acadêmica.

## 1.5. O Curso de Publicidade e Propaganda

O curso de Publicidade e Propaganda é um dos cursos mais procurados no Brasil, como mostra o levantamento do Censo da Educação Superior do INEP de 2021. No conjunto de dados apresentados pelo Inep, o Brasil apresenta 3.787 (três mil, setecentos e oitenta e sete) cursos ativos e inativos na área de Comunicação Social, além de 2.497 (dois mil, quatrocentos e noventa e sete) cursos especificamente de Publicidade e Propaganda.



No cenário do Distrito Federal, envolvendo cursos de Comunicação, Publicidade e Propaganda e Marketing, a entidade federativa conta com 92 cursos ativos e inativos. Porém, focando-se apenas no curso de Publicidade e Propaganda, encontram-se no documento 17 cursos oferecidos no DF, com 965 vagas disponíveis totais.

*Tabela 1: análise do número de cursos e vagas no curso de Publicidade e Propaganda em nível nacional e local (INEP, 2022).*

Tipo de pesquisa feita	Número	%
Cursos de comunicação no Brasil (ativos e inativos)	3787	-
Cursos de Publicidade e Propaganda no Brasil (ativos e inativos)	2497	-
Número de vagas oferecidas em cursos de Publicidade e Propaganda no Brasil	73117	-
Cursos de comunicação no Distrito Federal (ativos e inativos)	92	2,4%
Cursos de Publicidade e Propaganda no Distrito Federal (ativos e inativos)	17	0,6%
Número de vagas oferecidas em cursos de Publicidade e Propaganda no Distrito Federal	965	1,3%

Os números mostram uma área do conhecimento estabelecida no Brasil, porém com participação tímida do que tange o Distrito Federal. Como apresentado na tabela 1, aproximadamente 1% das vagas oferecidas no Brasil são provenientes do Distrito Federal, indicando uma possibilidade de expansão desta área.

Outra análise possível da possibilidade dos cursos de Publicidade e Propaganda é a comparação entre o Brasil e outros países do mundo. Com dados da OCDE (2018) presentes na figura 2, é possível ver uma disparidade entre a porcentagem de participação dos cursos de ciências sociais, comunicação e informação entre países membros da Organização e o Brasil.

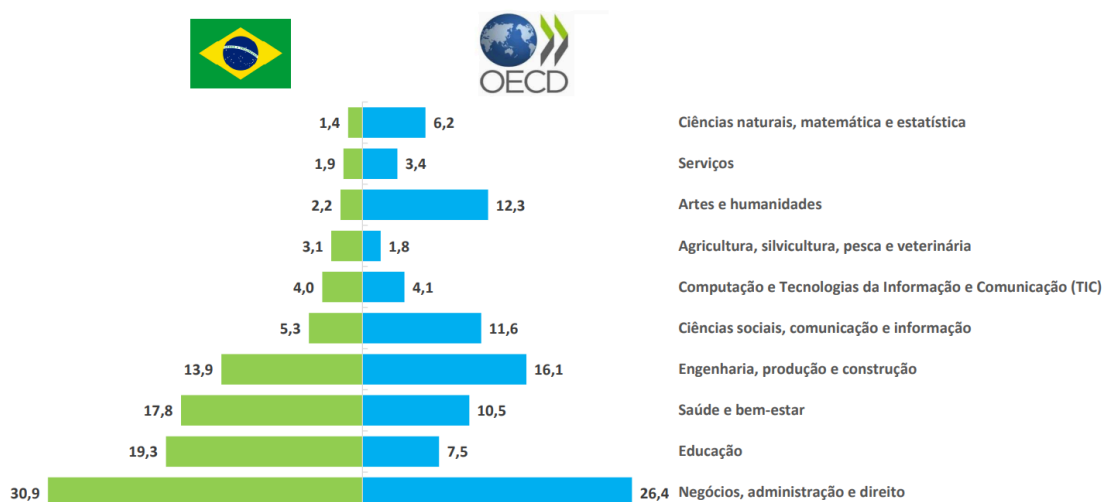


Figura 2: Distribuição percentual da matrícula de graduação, Países da OCDE (2018) e Brasil (2018). Fonte: INEP

De uma maneira geral, o curso de Publicidade e Propaganda mostra-se como um dos mais procurados do Brasil.

Nos últimos anos houve expansão na oferta do curso no Distrito Federal. Em 2024 são ofertadas na UF 2.280 vagas para o Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, modalidade presencial. Além do IDP - BSB, o curso é ofertado pelas seguintes IES: Centro Universitário de Brasília; Centro Universitário do Distrito Federal; Centro Universitário do Instituto de Educação Superior de Brasília - IESB; Centro Universitário Estácio de Brasília - Estácio Brasília; Centro Universitário Projeção; Faculdade Anhanguera De Brasília; Faculdade JK – Guará; Faculdade JK - Unidade IO - Gama; Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília; Universidade Católica de Brasília; Universidade de Brasília (Cadastro e-MEC, 2024).

Instituições do DF e outras IES, sediadas em outros estados do país, ofertam o curso na modalidade a distância (EaD) em suas unidades e/ou polos; a saber: Centro Universitário do Instituto de Educação Superior de Brasília - IESB; Centro Universitário Estácio de Brasília - Estácio Brasília; Centro Universitário Leonardo Da Vinci; Universidade Estácio de Sá; Centro Universitário Adventista de São Paulo; Centro Universitário Anhanguera Pitágoras; Centro Universitário Estácio de Ribeirão Preto; Centro Universitário Internacional; Universidade Cesumar; Universidade Cruzeiro do Sul.

Por outro lado, o IDP - BSB propõe-se a ofertar um curso diferenciado, que utiliza recursos tecnológicos atualizados, conta com um corpo docente de excelência, viabiliza possibilidades de participação da comunidade acadêmica em fóruns acadêmicos e profissionais e induz o contato com conhecimento recente e inovador.

A formação superior em Publicidade e Propaganda deve promover o desenvolvimento pessoal de seus egressos, considerando o amadurecimento intelectual e o pensamento crítico diante da vida, da sociedade e da pluralidade da área da Comunicação Social, por meio do exercício das atividades publicitárias.



A formação proposta oportunizará aos discentes não só viver, conhecer e experimentar a realidade - econômica, mercadológica, tecnológica, social, cultural, política, simbólica e regional - da publicidade na condição de profissionais atuantes em organizações públicas, privadas ou mistas, mas também, proporcionar que reflitam efetivamente sobre tal realidade em acordo com o pensamento referencial da comunicação e do campo publicitário, isto é, promover o entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer uma visão crítico-reflexiva e inovadora aos desafios da dinâmica teoria/prática.

A formação em Publicidade e Propaganda contempla o complexo cenário da comunicação contemporânea e nos contextos da economia criativa, para empreender transformações/ inovações na área da Publicidade e Propaganda, compromissadas com o social e com o desenvolvimento regional, em conformidade com as demandas do mundo do trabalho publicitário de ordem financeira, estratégica, digital, de criatividade, de produção e dos consumos de marcas, bens, serviços e corporações, bem como promover a midiatização via propagabilidade e visibilidade de ideias, pessoas e instituições nas mediações comunicacionais de um modo mais amplo, buscando o bem comum social e a regulação/equilíbrio dos interesses de mercado e consumidores.

## 1.6. Diferencial do Curso de Publicidade e Propaganda do IDP

Uma das características centrais do mundo do trabalho contemporâneo é sua enorme complexidade, imprevisibilidade e interdisciplinaridade, decorrente do aprofundamento da globalização e da celeridade dos avanços tecnológicos. Esse contexto econômico e institucional, marcado pela presença ubíqua das tecnologias da informação, pela velocidade das operações e pela enorme internacionalização, coloca imensos desafios tanto para empresas como para outras organizações sociais, que se veem premidas a responder em tempo real a desafios imprevisíveis e a se adaptar a um ambiente social em constante transformação.

Faculdades e universidades, em geral, e o IDP em particular, não passaram imunes a tais transformações. De um instituto voltado quase que exclusivamente para o ensino, a pesquisa e a extensão na área do Direito, o IDP se viu, pouco a pouco, ampliando seu escopo de atuação para outras áreas do conhecimento, atendendo, assim, a uma exigência do mercado de trabalho e da sociedade no sentido de oferecer uma experiência educacional mais completa aos nossos estudantes. Essa ampliação ocorreu de forma gradual e sustentada, mostrando-se, inicialmente, na criação de eventos acadêmicos e grupos de pesquisa interdisciplinares e, posteriormente, na oferta de cursos em outras áreas do conhecimento.

Podemos apontar dois marcos recentes no processo de entrada do IDP na área da comunicação: o início da graduação em Publicidade e Propaganda, em 2021; e a aprovação do Mestrado em Comunicação, 2023. A abertura desses dois cursos marcou a história da instituição de forma definitiva, consolidando, em seus dirigentes, docentes, colaboradores e discentes, a importância do intercâmbio de saberes e experiências entre as diferentes áreas do



conhecimento como um dos pilares da educação moderna, e a entrada da Instituição em uma área que ainda não era explorada.

Nesse sentido, a proposta de abertura e a manutenção de uma graduação em Publicidade e Propaganda no IDP pode ser mais bem compreendida como decorrência natural de um processo de contínuo amadurecimento institucional – isto é, como um desdobramento de sua missão de formar profissionais cada vez mais qualificados a enfrentar os desafios da sociedade contemporânea e da realidade brasileira. Não há dúvidas, no IDP, de que o atingimento dessa missão passa criação de um ambiente de ensino, pesquisa e extensão cada vez mais amplo, interdisciplinar e plural.

A graduação em Publicidade e Propaganda é uma das mais demandadas do País, conforme dados expostos anteriormente. Nesse contexto, o IDP vem a atender parte dessa demanda por meio de um curso de graduação em Publicidade e Propaganda de alta qualidade e com uma estrutura curricular diferenciada, focada na **formação de profissionais capazes de apresentar contribuições extremamente valiosas para os desafios do mundo moderno**, tal como o Instituto já vem fazendo através de todos os seus cursos, em diversos níveis de conhecimento.

A oferta de um curso de Publicidade e Propaganda no IDP, portanto, está ligada não somente a aspectos quantitativos do mercado local, mas, principalmente, a **aspectos qualitativos da formação do novo publicitário em um mundo extremamente dinâmico**. A exigência do mercado de trabalho por profissionais cada vez mais completos e multidisciplinares afetou diretamente a formação no âmbito da Comunicação e da Publicidade. Fenômenos como *big data*, *blockchain*, capitalismo e consumo consciente, entre outros, não são fenômenos exclusivamente econômicos, mas socioculturais. Não é sem razão, portanto, que o governo, agências e empresas de uma maneira geral, no lugar de profissionais extremamente especializados, demandam cada vez mais profissionais que sejam capazes de conciliar uma forte formação analítica com conhecimentos de outras áreas de formação, como a Ciência de Dados, o Empreendedorismo e o modelo Enxuto de trabalho, o Marketing Digital e a Sociologia.

Logo, o foco do IDP é claro: a formação de uma **nova geração de publicitários que alinhe uma sólida formação teórica e quantitativa a um conjunto de diferentes competências essenciais no mercado de trabalho contemporâneo**, tais como: a facilidade de trabalhar em equipe, a habilidade de comunicação interpessoal, a capacidade para lidar com um cenário de transformações constantes, a vocação para ocupar posições de liderança, as competências para atuar com novas tecnologias e tendências de mercado. Temos consciência de que esse tipo de formação é impossível de ser alcançada em um curso exclusivamente teórico e “dentro da sala de aula”. Por isso, o diferencial de formação do IDP será expresso não somente em nossa matriz curricular, mas, principalmente, em um amplo conjunto de atividades complementares, que deverão ser desenvolvidas de forma integrada com professores e alunos dos demais cursos de graduação do IDP (integração horizontal) e das especializações e do mestrado recém-aprovado em Comunicação do IDP (integração vertical).

Nesse sentido, o curso de Publicidade e Propaganda no IDP tem como base a capacidade do Instituto de ofertar um curso com características únicas, que conferirão ao egresso uma formação diferenciada. A preocupação do Instituto é mais em responder uma demanda de



mercado de curto, médio e longo prazo no que tange à qualidade de seus egressos. Além disso, o curso de graduação em Publicidade e Propaganda mostra-se fundamental para o processo de desenvolvimento institucional do IDP, estando plenamente alinhada com o objetivo de fortalecer o papel do Instituto como instrumento de transformações sociais, econômicas e políticas não somente em nossa microrregião, mas – e principalmente – em nível nacional e internacional, desenvolvendo ações, projetos e programas que reflitam, de forma direta ou indireta, no desenvolvimento do país.



---

## 2. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

---

### 2.1. Políticas Institucionais no Âmbito do Curso

As políticas institucionais de ensino, iniciação científica e extensão, constantes no Projeto Pedagógico Institucional (PPI) e no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da IES, estão previstas no âmbito do curso e claramente voltadas para a promoção de oportunidades de aprendizagem alinhadas ao perfil do egresso, pressupondo-se práticas exitosas ou inovadoras para a sua revisão.

Do ponto de vista do conhecimento e do saber, o IDP procura refletir e incorporar as mais recentes teorizações e princípios pertinentes. Do ponto de vista do desenvolvimento regional, busca promover a sua contribuição para as necessidades do mercado de trabalho, sem, contudo, perder de vista o perfil do egresso que pretende formar.

Dessa forma, pode-se construir um quadro de referência conceitual e metodológica que norteie a realização da missão institucional, na medida em que estabelece os parâmetros de condução das atividades acadêmicas e apresenta políticas institucionais compostas por um conjunto de estratégias necessárias à consecução dos objetivos maiores da educação superior e da Instituição.

O PPI guia os cursos do IDP, em sua fundamentação expressa uma visão de mundo e do papel da educação superior, ao mesmo tempo em que explicita o papel da instituição e sua contribuição social nos âmbitos regional e nacional, por meio do ensino, da iniciação científica e da extensão na busca da articulação entre o real e o desejável. Trata-se de uma projeção dos valores originados da identidade da instituição, materializados no seu fazer específico, cuja natureza consiste em lidar com o conhecimento, e que deve delinear o horizonte de longo prazo, não se limitando, portanto, a um período de gestão.

Os fundamentos do PPI do IDP orientam o projeto educacional de forma articulada e não deixam à margem os compromissos sociais da Instituição. O cotidiano educacional mediante o exercício do princípio da liberdade de ensino se complementa com os compromissos sociais e confere ao PPI o caráter plural da Instituição. Assim, os fundamentos do processo educacional criam as condições para que o PPI possa legitimamente materializar-se, articulando a pluralidade de ideias e propostas que caracterizam a Instituição.

Na construção do PPI teve-se como pressuposto que um **projeto educacional é parte indissociável dos projetos sociais e culturais que o compõem**. Entre suas características básicas estão:

- I. Identificar uma proposta pedagógica;
- II. Orientar-se por uma visão educativa e em um estilo de ensino-aprendizagem;



- III. Comprometer os contextos social, econômico e cultural, particularmente de desenvolvimento da sustentabilidade do meio ambiente, no qual se desenvolve o processo educacional;
- IV. Pautar-se pela ação integrada de gestores, docentes, alunos e técnico-administrativos.

Assim, a Instituição pretende formar profissionais qualificados, com foco especial nas necessidades regionais, tendo a responsabilidade social de dotá-los de valores éticos, habilidades e competências para contribuir para a justiça, a administração pública, o desenvolvimento regional, o bem-estar e a qualidade de vida dos cidadãos que habitam sua região de inserção.

Dessa forma, os princípios filosóficos gerais que orientam o desenvolvimento do projeto educacional podem ser assim expressos:

- I. Respeito à liberdade, ao pluralismo de ideias e concepções pedagógicas, à diversidade e apreço à tolerância, como pressupostos essenciais para o convívio democrático;
- II. Constituição, transmissão e disseminação do conhecimento;
- III. Interação permanente com a sociedade e o mundo do trabalho;
- IV. Formação de consciência ética e solidária, como base para a formação humana e para a construção e manutenção de princípios fundamentais da cidadania;
- V. Valorização da autoformação, como elemento dinamizador do compromisso da educação continuada;
- VI. Garantia de padrão de qualidade;
- VII. A formação de profissionais com capacidade empreendedora e inovadora;
- VIII. Desenvolvimento de valores pessoais e sociais para a concretização de uma sociedade mais justa e democrática;
- IX. Integração da extensão com o ensino e a iniciação científica e responsabilidade social para atender as demandas institucionais e sociais, priorizando atividades práticas voltadas ao fortalecimento da formação acadêmica; e
- X. Flexibilidade de métodos e critérios atendendo às diferenças individuais dos estudantes, as peculiaridades regionais e às possibilidades de combinação dos conhecimentos para os cursos, programas de pesquisa e fins do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB)

A consolidação do princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, mesmo estando sob a configuração acadêmica do IDP, é um desafio presente ao reiterar um conceito de qualidade do trabalho acadêmico que possibilita a aproximação entre a IES e comunidade, a autorreflexão do processo e o significado social do trabalho acadêmico.

### **Políticas de Ensino de Graduação**

Os princípios, para o ensino e aprendizagem, defendidos pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) pautam-se pela realização de atividades que evidenciam um alinhamento entre ensino, iniciação científica e extensão, alicerçados na convicção de que a democratização do saber exige da instituição não apenas a socialização do





conhecimento, mas também sua construção, tendo em vista que o mundo atual requer cada vez mais profissionais/cidadãos críticos e comprometidos com as questões sociais e políticas.

Partindo desse entendimento e, para dar conta do seu compromisso com o desenvolvimento social e com a formação ética dos seus alunos, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) busca constantemente a implantação de ações do seu trabalho acadêmico, evidenciados a partir da atualização dos projetos acadêmicos dos cursos e dos currículos, tornando-os mais flexíveis e contemplando a interdisciplinaridade/transdisciplinaridade, a flexibilização dos conteúdos, a integração teoria/prática como suporte para a aprendizagem integrada e inovadora.

A partir dessa concepção, suas ações se efetivam com base nos seguintes eixos que garantem a qualidade de ensino:

- Implementação de currículos capazes de garantir ao aluno:
  - Ênfase na aprendizagem com vista a sua autonomia como sujeito crítico e participativo;
  - A possibilidade de compreender a relação entre os problemas locais e globais a partir de uma visão inovadora;
  - O desenvolvimento de uma visão empreendedora;
  - A formulação de estratégias que o permita conviver com a realidade atual, marcada pela incerteza, tornando-o capaz de lidar com o imprevisto e o inesperado;
  - A capacidade de analisar situações concretas, resolver problemas e apresentar soluções bem como saber lidar com as diversidades;
- Atualização curricular sistemática;
- Articulação da teoria com a prática, fortalecendo o Estágio Supervisionado, os Projetos e Seminários Integradores/Interdisciplinares;
- Metodologias que favoreçam o atendimento educacional especializado e as atividades de avaliação;
- Realização de eventos que atendam às necessidades técnicas, pedagógicas e científicas da Instituição;
- Práticas de ensino de graduação e de pós-graduação, com incorporação de avanços tecnológicos;
- Fortalecimento da articulação do ensino, da iniciação científica e da extensão;
- Metodologia que incentive a interdisciplinaridade e a promoção de ações inovadoras;
- Fortalecimento dos Núcleos Docentes Estruturantes e dos Colegiados de Curso;
- Atualização permanente dos projetos pedagógicos dos cursos de modo que os currículos dos diferentes cursos possibilitem a oferta de disciplinas de formação geral e complementar com carga horária, ementa e conteúdo;
- Oferta de nivelamento com disciplinas transversais a todos os cursos;
- Atendimento às diretrizes curriculares e acompanhamento do projeto pedagógico com vistas a qualidade do curso e a melhoria do desempenho dos discentes na avaliação ENADE;
- Utilização das novas tecnologias, tais como ambiente de aprendizagem virtual apoiando o ensino presencial;



- Programas de mobilidade acadêmica com instituições;
- Atendimento às diretrizes do SINAES.

O projeto de cada curso de graduação contempla sua base na legislação em vigor, nas diretrizes curriculares nacionais - e em atendimento aos requisitos legais, sem se descuidar das particularidades apresentadas pela Instituição, pelo curso e pela realidade na qual estão inseridos, preservando sua identidade.

A elaboração do PPC, coordenada pelo NDE, conta com a participação dos docentes do curso e com aprovação do Colegiado de Curso de Graduação. Constam dos PPCs, além dos objetivos, da finalidade e da concepção do curso, a definição de diretrizes para atividades fundamentais como: atividades complementares, monitorias, estágios supervisionados, projetos integradores / interdisciplinares, projeto de integração dirigida e interdisciplinar, projetos de iniciação científica, de extensão, trabalho de conclusão de curso e os requisitos legais, entre outros.

Os princípios básicos em que se apoia a elaboração dos PPCs são a interdisciplinaridade e a flexibilidade que visa proporcionar uma formação inovadora ao acadêmico, com vistas a uma formação empreendedora alicerçada nos recursos da tecnologia mais atual.

Portanto, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) cultiva e promove a prática baseada em princípios éticos que possibilite a construção do conhecimento técnico-científico, o aperfeiçoamento cultural e o desenvolvimento de um pensamento reflexivo, crítico e responsável, que impulse a transformação sócio-político-econômica da sociedade.

Os cursos de graduação que são oferecidos pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) se caracterizam pelo compromisso de integrar o ensino com a iniciação científica e promover a extensão, visando à formação de sujeitos autônomos, responsáveis e profissionalmente competentes para responder aos desafios da realidade atual.

Para tanto, os cursos são focados para o mercado de trabalho, objetivando a qualidade do ensino através das seguintes características:

- Metodologias e currículos inovadores;
- Ações voltadas para a teoria e prática profissional;
- Formação em áreas fundamentais do conhecimento humano, bem como as competências e habilidades profissionais específicas;
- Incorporação dos recursos tecnológicos no processo de formação;
- Incentivo a produção acadêmica científica de discentes e docentes;
- Utilização da biblioteca como meio de aprendizagem e atualização;
- Titulação, regime de trabalho e a qualificação dos docentes compatíveis com o curso e a disciplina ofertada.

O currículo dos cursos de graduação contempla obrigatoriamente as orientações constantes das DCNs, indicadas pelo Conselho Nacional de Educação, como indispensáveis à habilitação profissional.



## **Políticas Institucionais de Pesquisa e Iniciação Científica**

Uma das atividades acadêmicas essenciais das Instituições de Ensino Superior é a pesquisa, por que se constitui, segundo Demo (2005), num dos caminhos mais profícuos para o aprender a aprender. Na visão do autor, a pesquisa tem duplo escopo: possibilita a face metodológica e teórica do conhecimento e cultiva a autonomia e o saber pensar crítico e criativo. É, pois, um instrumento formativo por excelência, cujo objetivo é possibilitar o saber pensar como maneira fundamental de aprendizagem. Por essa razão o ensino não se dissocia da pesquisa.

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), desenvolve pesquisa científica através de sua política de iniciação científica.

A política de iniciação científica do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) volta-se prioritariamente para a preparação à pesquisa entendida como um princípio educativo que se aplica a diferentes disciplinas.

Na execução dos projetos de iniciação científica, devem estar integrados alunos e professores em práticas inovadoras que proporcionem sustentação ao aprendizado em sala de aula e que, ao mesmo tempo, contemplem as necessidades sociais do desenvolvimento regional e das necessidades locais.

As ações acadêmico-administrativas estarão voltadas para a inovação tecnológica e o desenvolvimento artístico e cultural, e em conformidade com as políticas estabelecidas.

Assim sendo, seus objetivos são:

- Estimular a participação de alunos dos cursos de graduação e pós-graduação na iniciação científica;
- Incentivar a participação de alunos de iniciação científica em eventos locais e regionais, nacionais e internacionais;
- Oferecer ao estudante à formação científica, por meio do incentivo a produção científica;
- Interagir com o setor produtivo para gerar levantamentos/pesquisas que contribuam para a construção de dados sobre desenvolvimento regional e nacional;
- Realizar seminários, congressos e simpósios destinados à apresentação da produção científica, ao estudo e ao debate de temas científicos, tecnológicos e institucionais;
- Realizar a divulgação no meio acadêmico;
- Oferecer como estímulo bolsas de iniciação científica;
- Captar recursos junto a agências de fomento e/ou fontes financiadoras para viabilizar as atividades de pesquisa;
- Estimular a formação de grupos de iniciação científica visando ao desenvolvimento da pesquisa científica em diversos campos do saber;
- Estimular a participação de alunos de iniciação científica em eventos de caráter regional, nacional e internacional visando a qualidade dos resultados das pesquisas em que participam;
- Incentivar a produção científica discente em colaboração com seus orientadores, visando a criatividade e a crítica.



Serão consideradas áreas de pesquisa prioritárias do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB):

I - as linhas dos Programas de Pós-Graduação Lato e Stricto Sensu;

II - todas as linhas de pesquisa relacionadas (direta ou indiretamente) com os cursos ministrados no IDP;

III - as linhas de pesquisa dos Grupos de Pesquisa do IDP - BSB registrados no Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil, do CNPq.

A linha temática deverá servir como um direcionamento para o desenvolvimento dos programas de iniciação científica sem, no entanto, significarem de barreiras, para a implantação de outras propostas de acordo com as necessidades loco/regionais que venham a se apresentar. Ademais, em atendimento à legislação vigente, poderão tratar das temáticas transversais, relacionadas à formação ética e cidadã.

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) pretende, para concretizar de forma mais sólida seus projetos, buscar parcerias com outros órgãos e instituições na região que também se dediquem a esse tipo de atividade.

Além disso, com vista à consolidação desta política, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) oferta de bolsas, objetivando apoiar às atividades de iniciação à pesquisa científica e tecnológica realizadas pelos discentes. Ao mesmo tempo, possibilita e disponibiliza apoio financeiro para professores que, juntamente com os alunos, desenvolvam projetos de iniciação científica, evidenciados em documentos próprios.

São objetivos dessa proposta:

- Contribuir para a formação de recursos humanos voltados para a Iniciação Científica;
- Despertar vocação científica incentivando talentos potenciais entre os acadêmicos;
- Proporcionar ao bolsista orientado por professor pesquisador a aprendizagem de técnicas e métodos de pesquisa científica;
- Estimular o pensar crítico e criativo decorrentes da investigação dos problemas e objetos de pesquisa.

Assim sendo, a política de pesquisa do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) constitui estímulo à produção acadêmica; isso porque os resultados obtidos em função do desenvolvimento dos projetos de iniciação científica são amplamente divulgados junto à comunidade e publicados em revistas e periódicos especializados e indexados e em revista acadêmica, assim como os relatórios conclusivos são tombados em cópia, no acervo da biblioteca da Instituição e no Repositório Institucional Online.

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) desenvolve, também, atividades de pesquisa voltadas ao tratamento de questões e temáticas que dizem respeito à Educação das Relações Étnico-Raciais, afrodescendentes e indígenas (Parecer CNE/CP nº 03/2004), Educação em Direitos Humanos (Resolução CNE/CP nº 01/2012) e



Educação Ambiental e Sustentabilidade (Lei nº 9.795, de 1999 e Resolução CNE/CES nº 2, de 15 de junho de 2012).

Os grupos de pesquisa do IDP - BSB são de responsabilidade de um ou mais professores do IDP - BSB, independentemente do tipo de vinculação, de graduação acadêmica ou de funções exercidas. O processo de credenciamento deverá ser instruído com comprovação da relevância do grupo para os fins institucionais do IDP - BSB. Somente será permitida a referência direta ou indireta ao IDP - BSB em publicações, panfletos, ou eventos patrocinados por grupos de pesquisa devidamente credenciados.

As atividades de pesquisa são coordenadas pelo Centro de Pesquisa, Iniciação Científica e Extensão (Cepes), sob a supervisão da Diretoria Geral. O CEPES tem por finalidades principais aprimorar a pesquisa e extensão no âmbito do IDP - BSB; incentivar e possibilitar a integração entre a graduação e a pós-graduação stricto e lato sensu, além de realizar outros objetivos e atividades tais como:

- I. desenvolver atividades e projetos de fomento à pesquisa e extensão;
- II. apoiar a Diretoria no acompanhamento, supervisão e avaliação das atividades de Iniciação Científica, mediante atividades de grupos de estudo; grupo de pesquisa; projetos de pesquisa; laboratório de pesquisa; promoção de seminários de iniciação científica, dentre outras atividades;
- III. implementar os cursos de formação como atividade de extensão e solidária semestralmente;
- IV. ministrar aulas presenciais de Metodologia da Pesquisa nos cursos de pós-graduação lato sensu;
- V. auxiliar na orientação e correção das monografias da pós-graduação lato sensu;
- VI. proporcionar a prática de estágio de docência aos alunos do Mestrado do IDP nos Cursos de Formação;
- VII. coordenar e supervisionar as atividades relacionadas à orientação dos trabalhos de conclusão de curso da graduação;
- VIII. oportunizar a participação de monitores da graduação nas atividades do Laboratório de Pesquisa;
- IX. desenvolver atividades de promoção e publicação de artigos elaborados pelos participantes das atividades ligadas ao ensino e extensão nos meios virtuais e impressos disponibilizados pelo IDP - BSB;
- X. coordenar o Concurso de Monografia do IDP - BSB relacionado ao Congresso anual de Direito Constitucional;
- XI. coordenar os Grupos de Trabalho de apresentação dos artigos acadêmicos no Congresso anual de Direito Constitucional do IDP.



O IDP - BSB desenvolve ações acadêmicas, por meio de seus cursos, para preservar o patrimônio cultural, entendido este como sendo as formas de expressão, os modos de criar, fazer e viver, as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; e os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Como forma de fomentar o desenvolvimento artístico, cultural, socioambiental, as ações afirmativas, ainda, os direitos humanos, criou-se a campanha “IDP Consciente”, a partir da qual acontecem rodas de conversa e painéis sobre estas temáticas. Além disso, o IDP - BSB conta com o Observatório de Direitos Humanos e diversas disciplinas, grupos de pesquisa e projetos de extensão que possibilitam a formação consciente e interdisciplinar dos/as alunos/as desta instituição.

O IDP - BSB desenvolve ações acadêmicas e administrativas referentes à inovação e abertura às novas problemáticas sociais e educacionais que se colocam no domínio do conhecimento e da cultura, na promoção do desenvolvimento integral do ser humano, nos processos de formação profissional dos agentes educativos e na interação com a comunidade.

O IDP desenvolve relevantes projetos de fomento à Pesquisa. O Programa de Iniciação Científica - PROIC/IDP é um deles. O Programa visa incentivar a pesquisa e a produção acadêmica da graduação do IDP, apoiando os alunos selecionados na forma dos editais, que são publicados semestralmente, e das normas complementares para participação em eventos acadêmicos, nacionais e internacionais. O apoio fornecido pelo IDP consiste na concessão de auxílio-pesquisa individual em pecúnia, com duração de 8 (oito) meses.

Outras formas de fomento à pesquisa são realizadas pelo IDP, como o Programa de Apoio ao Desenvolvimento de Grupos de Pesquisa (PAGRUP). O programa visa incentivar a pesquisa e a produção acadêmica no âmbito de grupos de pesquisa liderados por professores da graduação do IDP, apoiando a participação em eventos acadêmicos, nacionais e internacionais, e a realização de projetos de pesquisa que demandem financiamento.

### **Políticas de Extensão**

A extensão é um processo educativo, cultural e científico que, no Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) se encontra alinhado ao ensino e à iniciação científica, de forma a viabilizar uma relação transformadora com a sociedade. É um trabalho interdisciplinar que favorece a visão integrada da realidade social; uma atividade de mão dupla, com trânsito assegurado à comunidade acadêmica que encontra, na sociedade, a oportunidade de efetivar sua práxis educativa.

No retorno à Instituição, docentes e discentes trazem um aprendizado que, submetido à revisão teórica, acresce-se ao conhecimento desenvolvido na sala de aula. Esse fluxo que possibilita a troca entre o saber científico e tecnológico e o saber da comunidade produz como consequência um novo conhecimento resultante do seu confronto com a realidade local e regional.



As ações acadêmico-administrativas para a extensão estão em conformidade com as políticas estabelecidas. Na operacionalização do programa de extensão o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) busca desenvolver um conjunto de ações e atividades que, voltadas para as demandas da comunidade interna e externa obedecem às seguintes diretrizes:

- Alinhamento entre ensino, iniciação científica e extensão / responsabilidade social;
- Estímulo com programas de bolsas de extensão mantidos com recursos próprios;
- Interdisciplinaridade com interação de conceitos e práticas complementares, de instrumentos avaliativos e metodologias com vistas a uma preparação melhor das atividades profissionais;
- Divulgação no meio acadêmico;
- Troca de experiência externa e democratização do conhecimento;
- Articulação com os movimentos sociais, priorizando ações e atividades que visem o desenvolvimento regional e nacional, com práticas efetivas para a melhoria das condições sociais da comunidade externa;
- Avaliação permanente com práticas inovadoras.

A extensão no Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) contribui para o fortalecimento de sua missão institucional.

As atividades extensionistas têm como objetivos:

- Articular o ensino e a pesquisa com as demandas da sociedade, buscando o compromisso da comunidade acadêmica com interesses e necessidades da sociedade organizada, em todos os níveis (sindicatos, órgãos públicos, empresas, categorias profissionais, organizações populares e outros organismos);
- Estabelecer mecanismos de integração entre o saber acadêmico e o saber popular, visando uma produção de conhecimento resultante do confronto com a realidade, com permanente interação entre teoria e prática;
- Democratizar o conhecimento acadêmico e a participação efetiva da sociedade na vida da Instituição de Ensino Superior;
- Incentivar a prática acadêmica que contribua para o desenvolvimento da consciência social e política, formando profissionais-cidadãos;
- Participar criticamente das propostas que visem o desenvolvimento regional, econômico, social e cultural;
- Contribuir para reformulações nas concepções e práticas curriculares;
- Favorecer a reformulação do conceito de "sala de aula", que deixa de ser o lugar privilegiado para o ato de aprender, adquirindo uma estrutura ágil e dinâmica, caracterizada pela interação recíproca de professores, alunos e sociedade, ocorrendo em qualquer espaço e momento, dentro e fora dos muros da Instituição de Ensino Superior.

Os programas de extensão, articulados com o ensino e pesquisa, serão desenvolvidos sob a forma de atividades permanentes em projetos. Os serviços são realizados sob a forma de:

- I. atendimento à comunidade, diretamente ou por meio de instituições públicas e privadas;
- II. participação em iniciativa de natureza cultural, artística e científica; e



III. promoção de atividades artísticas, culturais e desportivas. O IDP - BSB estimula a prática desportiva como forma de integração entre a comunidade acadêmica e a fomentação de uma vida saudável. Para isso contamos com a Atletica estudantil e com clubes de atividades físicas gratuito para a participação dos alunos.

A extensão objetiva intensificar as relações transformadoras entre o IDP - BSB e sociedade, por meio de um processo educativo, cultural e científico. Para o alcance deste objetivo previsto, as atividades de extensão poderão adotar a forma de coordenação, execução, orientação ou auxílio em programas, projetos, cursos, eventos, atendimentos, consultas, realização de estudos, prestação de serviços, bem como participação em iniciativas relativas ao conhecimento e à prática profissional para o público interno ou externo ao IDP - BSB.

Assim sendo, as atividades de extensão, no âmbito o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), são realizadas sob a forma de:

- Cursos de Extensão: são cursos ministrados que têm como requisito algum nível de escolaridade, como parte do processo de educação continuada, e que não se caracterizam como atividades regulares do ensino de graduação;
- Eventos: compreendem ações de interesse técnico, social, científico, esportivo e artístico como ciclo de estudos, palestras, conferencias, congressos, encontros, feira, festival, fórum, jornada, mesa redonda, reunião, seminários e outros;
- Programas de Ação Contínua: compreendem o conjunto de atividades implementadas continuamente, que têm como objetivos o desenvolvimento da comunidade, a integração social e a integração com Instituições de Ensino;
- Prestação de Serviços: compreende a realização de consultorias, assessoria, e outras atividades não incluídas nas modalidades anteriores e que utilizam recursos humanos e materiais do IDP - BSB.

Quanto à finalidade específica a que se destinam, ainda de acordo com o Regimento do IDP - BSB, as atividades de extensão classificam-se em atividades comunitárias e atividades de desenvolvimento dos setores público e privado. São características essenciais às atividades comunitárias:

- I. desenvolvimento de programas de cunho social;
- II. contribuição para a consciência de responsabilidade social da comunidade do IDP - BSB;
- III. relevância da atividade de extensão para o contexto de formação do aluno.

São características essenciais às atividades de desenvolvimento dos setores público e privado:

- I. relevância da atividade de extensão para a pesquisa avançada;
- II. abertura de espaços institucionais em direção à diversificação de horizontes da formação;
- III. aprimoramento do pensamento científico em entidades ou órgãos que exercem atividades de interesse da academia no âmbito das funções tradicionais dos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, das funções essenciais à Justiça, das funções de controle externo, da formulação de políticas públicas, da prestação de serviços públicos, da regulação de atividades de interesse público, entre outras.





As atividades de extensão são coordenadas pelo Centro de Pesquisa - CEPES, sob a supervisão da Diretoria Geral. O CEPES tem por finalidades principais aprimorar a pesquisa e extensão no âmbito do IDP - BSB; incentivar e possibilitar a integração entre a graduação e a pós-graduação stricto e lato sensu, além de realizar outros objetivos e atividades tais como desenvolver atividades e projetos de fomento à pesquisa e extensão.

Para executar as atividades de extensão o IDP - BSB poderá alocar recursos próprios de seu orçamento anual e/ou fazer uso da captação de recursos de outras fontes.

As linhas de extensão são as mesmas da pesquisa: as linhas dos Programas de Pós-Graduação Lato e Stricto Sensu: linhas relacionadas (direta ou indiretamente) com os cursos ministrados o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB).

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) desenvolve, também, atividades de extensão voltadas ao tratamento de questões e temáticas que dizem respeito à Educação das Relações Étnico-Raciais, afrodescendentes e indígenas (Parecer CNE/CP nº 03/2004), Educação em Direitos Humanos (Resolução CNE/CP nº 01/2012) e Educação Ambiental e Sustentabilidade (Lei nº 9.795, de 1999 e Resolução CNE/CES nº 02, de 15 de junho de 2012).

Em cumprimento ao Plano Nacional de Educação e a Resolução CNE/CES nº 07/2018, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) implantou as atividades de extensão como atividade obrigatória dos cursos, totalizando um percentual mínimo de 10% da carga horária de cada curso.

O IDP - BSB utiliza práticas inovadoras na revisão de suas políticas acadêmicas, que são estendidas ao perfil profissional do egresso apresentado neste PPC. Coloca em foco a questão da autoavaliação das atividades de ensino, iniciação científica e extensão como forma de incentivar a comunidade acadêmica a pensar na sua situação frente aos novos desafios educacionais da área. Por consequência, firma o processo de avaliação interna e consolida a avaliação do curso com o objetivo de garantir a excelência de seus procedimentos e de seus resultados.

A gestão da IES, articulada à gestão do curso, segue as políticas estabelecidas nos documentos oficiais, destacando-se Regimento, PPI, PDI e PPC. O Conselho de Administração, Ensino, Pesquisa e Extensão (Consaepe) conta com a participação do Coordenador do Curso, membro do órgão Colegiado de Curso e do Núcleo Docente Estruturante (NDE). Assim, assuntos de interesse do curso são, quando necessários regimentalmente, encaminhados ao dirigente principal da IES e aos órgãos colegiados superiores.

## 2.2. Objetivos do Curso

A Comunicação Social é um campo de tradição e consolidação tanto no mercado quanto na área acadêmica, mas é suscetível à constante evolução das relações humanas e tecnológicas. O



IDP está profundamente interessado nessa evolução, sem deixar de lado as bases fundadoras da Comunicação Social. Nosso constante compromisso com a inovação e excelência no ensino e pesquisa dos quais somos referência no Direito estão presentes no DNA de todos os outros cursos, incluindo-se aí a graduação em Publicidade e Propaganda.

A proposta do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda do IDP é formar as novas gerações de publicitários do Brasil e do mundo, dotados de uma visão abrangente dos diversos campos de estudo e de aplicação do conhecimento na área da comunicação, construída a partir de um enfoque problematizador, que relaciona ensino, pesquisa e extensão e adota estratégias metodológicas diferenciadas que enfatizam as atividades investigativas, integrando teoria e prática sob uma ótica materialmente interdisciplinar e inclusiva.

Considerando a dinamicidade do mundo, das organizações e da sociedade, a formação proposta no Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda busca habilitar os egressos para o desempenho de diferentes caminhos profissionais, seja na administração pública ou privada, na criação da sua própria empresa através de uma formação voltada ao empreendedorismo, ou mesmo na área acadêmica voltada a pesquisa, docência, no campo da comunicação ou em áreas correlatas.

Alinhado com esse perfil de egresso, a estrutura curricular interdisciplinar e flexível irá proporcionar o conhecimento das disciplinas gerais do curso, assim como o aprendizado e a experiência prática de disciplinas de áreas afins, como ciência de dados, economia, publicidade e afins. Além disso, preza-se pelo desenvolvimento de habilidades e competências comportamentais baseadas em experiências reais sob a supervisão dos docentes nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

O Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda do IDP também observa e reconhece que o modelo tradicional de ensino, baseado em currículos inflexíveis e em aprendizado repetitivo em aulas expositivas não é suficiente para a preparação e a formação de profissionais de excelência, nem para a preparação do corpo discente para compreender e interpretar os desafios contemporâneos de uma sociedade cada vez mais complexa e dinâmica. Considerando esse contexto educacional, propõe-se uma reflexão metodológica e curricular baseada na importância do amadurecimento de uma postura crítica em relação ao ensino tradicional.

Esta reflexão metodológica passa por abarcar no curso novos métodos de ensino, baseados em problemas reais e com os alunos como centro da sala de aula, com professores atuando como guias no processo de conhecimento. Assim, o curso de preza não apenas pelo aprendizado teórico tradicional, mas sim na aprendizagem de resolução de problemas baseando-se em evidências, dados e informações.

Em um contexto socioeconômico de constantes transformações e crescentes complexidades, o curso também busca promover a produção e disseminação de novos conteúdos e de práticas emergentes na área da comunicação, como a relação entre Comunicação e Tecnologia, que será abordada em disciplinas próprias (Linguagem de Programação, Data Science aplicada à Comunicação, Construção e Visualização de Dados, entre outras); e a importância do Empreendedorismo como forma de aplicação mercadológica dos conhecimentos adquiridos, entre outras.



O Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda do IDP tem como objetivos específicos:

- I. Estimular a **prática da pesquisa acadêmica aplicada**, compreendida como instrumento de vinculação entre a formação teórica e a realidade social circundante, e promover o aprofundamento da formação discente por meio da inserção dos alunos em atividades de pesquisa e extensão de forma integrada e complementar ao processo formativo;
- II. Incentivar a **integração entre teoria e prática** por meio de uma metodologia de ensino diferenciada, que proporcione aos alunos a possibilidade de, desde o início do curso, conciliarem um conhecimento teórico profundo com mecanismos que lhes permitam compreender as repercussões concretas e os campos de aplicação dos diferentes temas;
- III. Construir um **modelo de formação interdisciplinar**, que propicie o diálogo entre diferentes campos do conhecimento, ultrapassando as barreiras da ciência Administrativa e expandido o conhecimento para áreas correlatas, como Economia e Ciência de Dados;
- IV. Promover a **integração entre diferentes níveis de formação**, oferecendo aos alunos de graduação a possibilidade de compartilhar conhecimentos e experiências com estudantes de pós-graduação, tanto da área da Comunicação quanto de outras áreas afins;
- V. Proporcionar uma **sólida formação geral, humanística e axiológica** com o domínio dos fundamentos de compreensão e utilização dos conhecimentos administrativos em suas variadas manifestações e aplicações;
- VI. Possibilitar ao aluno **desenvolver a postura reflexiva e visão crítica** que fomente a capacidade e a aptidão para a aprendizagem autônoma e dinâmica, através de um processo de aprendizado onde o próprio aluno é o centro da sala de aula;
- VII. Desenvolver no aluno, **juntamente com o conhecimento teórico, habilidades práticas** que permitam a conjugação eficaz e o domínio das teorias e técnicas relacionadas à gestão, com a solução das questões complexas surgidas no cotidiano do exercício da profissão;
- VIII. Incentivar **o estudo da ciência da Comunicação e da Publicidade** nas diversas formas que se apresenta na realidade em que se revela, com ênfase nas questões que permeiam a questão social regional;
- IX. Permitir a **compreensão do universo dos problemas e questões sociais** que atingem a comunidade regional, qualificando o aluno para o exercício da atividade profissional pertinente e, ainda, prepará-lo para adotar uma postura de julgamento crítico;
- X. Capacitar os alunos para as **demandas da realidade** onde a Instituição está inserida;
- XI. Incentivar a **atuação do aluno junto à comunidade regional**, como forma de não apenas prover o atendimento às necessidades da comunidade, mas também de tomar consciência da importância do curso como instrumento de transformação social e de construção da cidadania.

De uma maneira geral, o curso objetiva formar os comunicadores, publicitários e empreendedores do futuro, com uma proposta metodológica baseada na resolução de problemas; um corpo docente com experiência acadêmica, profissional e em sala de aula; e com projetos de extensão e atividades extracurriculares voltadas a pesquisa e ao aprendizado



contínuo, a elaboração de cursos como atividade de extensão, e a participação dos alunos em grupos de pesquisa e grupos de estudo, fomentando assim o avanço da ciência.

Os objetivos descritos estão implementados, considerando o perfil profissional do egresso, a estrutura curricular, o contexto educacional, características locais e regionais e novas práticas emergentes no campo do conhecimento relacionado ao Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda.

## 2.3. Perfil Profissional do Egresso

Ao longo dos séculos XX e XXI, o entendimento do profissional de comunicação vem mudando juntamente com os avanços tecnológicos e inovações que foram apresentadas às empresas e a sociedade. A ideia de gestores preocupados apenas com funções básicas de planejamento, organização, direção e controle foram abandonadas, dando lugar a profissionais que devem perseguir um perfil holístico e sistêmico, com uma base interdisciplinar e completa.

Conforme previsto na Resolução CNE/CES nº 16/2002, que estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações, tendo em vista o disposto nos Pareceres CNE/CES nº 492/2001 e nº 1.363/2001, e na Portaria INEP nº 289/2022, que dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2022, é perfil do concluinte do curso o profissional:

- Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais;
- Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais;
- Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados;
- Criativo para conceber e para produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas;
- Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais.

Por outro lado, conforme disposto no Parecer CNE/CES nº 146 de 2020, construído através de consultas e audiências públicas, jovens desenvolvidos e educados dentro da nova economia e da nova realidade são pessoas conectadas a plataformas digitais desde cedo. Dessa forma, Instituições de ensino de uma maneira geral devem se adaptar e adaptar seus métodos de ensino a este novo público, a fim de formar os mais novos e eficazes gestores do mercado de trabalho.

Dentro deste novo contexto, o perfil do publicitário formado no IDP é caracterizado por uma formação voltada às competências definidas na Resolução CNE/CES 16, de 13/03/2002, que estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações,



tendo em vista o disposto nos Pareceres CNE/CES 492/2001 e 1.363/2001, mas que observa o Parecer CNE/CES nº 146 de 2020, utilizando-se de pilar: a criatividade, a estratégia e interpretação de informações, a conduta empreendedora, a tecnologia, a criticidade, a humanidade, a linguagem e a profissionalização. Além disso, outras competências são tomadas como relevantes para a formação dos profissionais formados do IDP, como tomada de decisão, relacionamentos interpessoais e processamento de informações; identificação, análise e solução de problemas complexos; pensamento crítico, baseado em evidências e modelos racionais; princípios de ética, diversidade e sustentabilidade nas organizações; competências ligadas à liderança e gestão de equipes; análise holística de mercados; inovação nos setores público e privado; empreendedorismo e criação de empresas; entre outros.

Tal perfil, como se nota, é muito distinto da concepção equivocada de um publicitário ou comunicador como um trabalhador operacional, replicador de campanhas e ideias. O egresso será formado a partir de uma perspectiva humanista, crítica, tecnológica, criativa e generalista, nos moldes do prescrito nas Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Publicidade e Propaganda (principalmente no Parecer CNE/CES nº 146 de 2020, além das portarias nele citadas e os estudos realizados).

O egresso do curso de Publicidade e Propaganda terá, assim, uma formação transdisciplinar, possibilitando-o um maior leque de opções no que tange a sua inserção no mercado de trabalho. Quão mais abrangente e completo o curso, mais o bom comunicador será capaz de gerar valor a organizações e a sociedade nos mais diferentes setores.

Um curso completo de Publicidade e Propaganda também permite aos seus egressos um currículo flexível, ao mesmo tempo que oferece uma formação abrangente sobre diversas áreas de conhecimento. Desta maneira, os egressos do IDP terão a capacidade de formar seu currículo com base em sua atuação profissional, ao se especializar em uma destas diversas áreas, ou buscar uma formação mais abrangente.

Outro ponto relevante no desenvolvimento do egresso no curso de Publicidade e Propaganda do IDP é o aprendizado voltado à tecnologia. Dadas as mudanças presentes no dia a dia organizacional e social no século XXI, os melhores profissionais serão aqueles que utilizam de tecnologias para resolver problemas mercadológicos ou sociais. Assim, estes profissionais de alto nível são aqueles que obtêm competências ligadas a coleta, interpretação e divulgação de dados e informações relevantes para a sua área. O aluno egresso do IDP possui disciplinas e cursos livres relacionados à ciência de dados, tecnologia e gestão desde o início do seu curso, permitindo-o um desenvolvimento atual e voltado à tecnologia, seja para a sua atuação no âmbito público ou privado.

O Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda visa desenvolver as competências gerais de: criatividade (ter em mente o pensamento criativo permeando todas as fases do processo de trabalho para dar conta da dimensão ampla da palavra criatividade, e considerar que a criatividade deve ser constituinte tanto do desenvolvimento de produtos publicitários, quanto dos processos do campo); visão de gestão e estratégia (para interpretar informações, desenvolver projetos, prospectar e gerenciar a relação com clientes e ter habilidade para negociação dos interesses destes em processos comunicacionais); atitude empreendedora (ter conduta empreendedora para realizar transformações comportamentais e de teor social, para



renovar as práticas no mundo do trabalho publicitário); adaptação e domínio às técnicas (prototipar modelos comunicacionais sustentáveis e inovadores; resolução de problemas reais da sociedade; empreender e inovar no campo social, tecnológico e de sua atuação profissional específica; ser capaz de apropriar-se dos recursos tecnológicos, das ferramentas e plataformas para gerar relacionamento; ser agente de inflexão tecnológica para os interesses do mercado em consonância com os interesses dos consumidores e da sociedade); criticidade (ser capaz de conectar-se à sociedade, considerando que atitudes transformadoras e valores socioculturais adquirem maior relevância. Contraponto ao empreender restrito ao sentido mercadológico; apropriar-se da tecnologia de modo crítico e ético; olhar e pensar criticamente; considerar a criticidade dos sujeitos consumidores e as práticas de contestação da propaganda, oferecendo à sociedade narrativas publicitárias que respeitem às diversidades, procurem romper com os estereótipos de gênero, de etnia e de sexualidade, promovendo a igualdade entre as pessoas); humanidade (agir em prol do desenvolvimento humano com sensibilidade e solidariedade, estabelecendo conexão social; promovendo o fascínio pelo humano e valorizar as capacidades essencialmente humanas de sentir, de pensar e de agir; sentidos e sentimentos como a memória e a imaginação são fundamentais para extrair e propor significados; entender que estamos envolvidos em processos humanos, que a comunicação com as máquinas se realiza mediada por seres humanos; doutrina humanista da educação como formação integrada do sujeito, do cidadão e do profissional); lógica (ter raciocínio lógico e postura investigativa; interpretação psicológica, cultural e social dos sujeitos, entrecruzar a lógica da hierarquia e da racionalização às emoções e as sensibilizações); competências nas linguagens (verbal, midiáticas e midiático-digitais (desenvolvimento de senso estético e apropriação para desempenho e uso de múltiplas linguagens; formação de repertório cultural, político e social; manifestações artísticas pautadas no desenvolvimento da criatividade, da imaginação, da fantasia. Proporcionar a expressividade da criatividade sem restringi-la às redes sociais digitais. Favorecer outras formas de expressão: linguagem verbal, oral, textual, visual, sonora, audiovisual, corporal, teatral, poética); e, domínio técnico/profissional (ter condições de realizar produções de narrativas publicitárias para os meios audiovisual, gráfico, sonoro e digital; conteúdos de marcas, linguagens e técnicas específicos da publicidade: redação, direção de arte, fotografia, produção de vídeo, de áudio, de impresso e gráfico, linguagem de programação e desenvolvimento de sistemas, prototipagem e desenvolvimento de produtos; criação, desenvolvimento e gerenciamento de marcas e produtos, a partir da atuação do viés comunicacional e publicitário; estabelecimento de estratégias e táticas, de viés comunicacional e publicitário, para o fortalecimento de marcas e produtos; análise de dados e métricas em ambientes interacionais digital e não digitais).

Destarte, o(a) estudante concluinte deverá desenvolver, no processo de formação, competências para:

- I. Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário;
- II. Propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos, institucionais e sociais, utilizando ferramentas de comunicação integrada e de marketing;



- III. Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, da mídia, dos pontos de contato, da criação e da produção para multiplataformas;
- IV. Monitorar e aferir resultados mercadológicos, institucionais e sociais das campanhas e de ações comunicacionais;
- V. Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;
- VI. Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e de linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;
- VII. Realizar e interpretar pesquisas de consumo, de tendências, de motivação, de concorrência, de imagem, entre outras;
- VIII. Gerenciar departamentos de marketing e de comunicação, agências de comunicação e produtoras do setor comunicacional;
- IX. Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão.

Ainda, tal como disposto no Parecer CNE/CES nº 146 /2020, é fundamental formar um profissional apto a:

- I. Aprimorar habilidades essenciais para o exercício do ofício: **adaptação e flexibilidade**;
- II. Considerar a **diversidade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais**, adequando-se à complexidade e velocidade da contemporaneidade para saber lidar com novas situações a que a profissão é submetida no cotidiano;
- III. Compreender a **amplitude do negócio da publicidade no ambiente corporativo**, o alargamento das suas áreas de atuação para dominar a dinâmica das diversas modalidades comunicacionais;
- IV. Atuar de forma integrada nas **dimensões comunicacional e mercadológica de empresas e organizações** compreendendo os processos de planejamento, criação, produção, programação, distribuição e gestão da comunicação publicitária e institucional, e sua integração por meio de ações estratégicas de comunicação e de marketing;
- V. Assimilar o **impacto das convergências tecnológicas no campo da comunicação** para criar projetos inovadores ao desenvolvimento de instituições do estado, do mercado e da sociedade civil organizada;
- VI. Dominar e aplicar linguagens, técnicas, tecnologias, conceitos mercadológicos e estéticos na **proposição e na execução de soluções de comunicação eficazes** para objetivos de mercado, de negócios e institucionais;
- VII. **Conectar pensamentos**, associar ideias, discursos e imagens para produção de novas relações simbólicas;
- VIII. Investigar os temas pertinentes ao campo publicitário com o objetivo de **fomentar novas pesquisas para a inovação comunicacional**;
- IX. Elaborar **críticas fundamentadas aos processos comunicacionais**, tradicionais e emergentes, propondo alternativas viáveis;



- X. **Experimentar e inovar** as linguagens utilizadas nos processos de comunicação publicitária, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica para produzir conteúdo e narrativas relevantes;
- XI. **Aptidão para “ler” pessoas e situações** em que as marcas anunciantes estão inseridas, analisar e interpretar dados e informações a fim de subsidiar a tomada de decisões sobre projetos e ações;
- XII. Desenvolver a **faculdade analítica**, com senso crítico apurado para resolução de problemas complexos. Pensar, diagnosticar e executar com agilidade;
- XIII. **Mediar relações comunicacionais entre os distintos atores sociais**, com ênfase nos estudos sobre sociabilidades;
- XIV. **Desconstruir valores** arraigados para valorizar a heterogeneidade nas representações publicitárias;
- XV. Empreender o **diálogo como metodologia de atuação profissional**, com reciprocidade da interlocução para instaurar relações horizontais, não só entre consumidores e marcas, mas igualmente entre contratantes e contratados no ambiente empresarial e diminuir a distância entre os envolvidos na cadeia produtiva do sistema publicitário;
- XVI. **Transparência e capacidade de escuta** nas relações profissionais que são, antes de tudo, relações humanas pautadas na empatia e no princípio de alteridade;
- XVII. Profissional **sensível aos relacionamentos interpessoais, ao trabalho em equipe de maneira colaborativa e proativa**, administrando situações de conflito e valorizando a diferença.

Além disso, são competências específicas esperadas:

- Planejar e pesquisar: desenvolver pesquisas, estratégias e projetos que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sociomercadológica para marcas, instituições, produtos, serviços e corporações;
- Produzir: executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos de Publicidade e Propaganda conectados às demandas da sociedade e das empresas do sistema produtivo no mercado;
- Criar: desenvolver produções criativas publicitárias nas mídias (com uso de elementos do design, artes, produções de áudio, audiovisuais e dos ambientes digitais), por meio de soluções estéticas e éticas que favoreçam o equilíbrio dos interesses entre anunciantes/marcas e consumidores;
- Refletir: considerar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da Publicidade e Propaganda e das mediações comunicacionais dos consumos para as inovações tecnológicas nas relações entre marcas e consumidores;
- Miatizar: fazer usos das técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas aos propósitos sociais, mercadológicos e culturais, ou seja, produzir e executar campanhas corporativas, institucionais, promocionais, ativações de marcas, entre outras expressões das marcas nas suas conexões com consumidores, bem como trabalhar a propagabilidade, visibilidade e ativação de ideias das instituições governamentais e não governamentais para projetos e ações sociais que promovam temáticas da responsabilidade social, gêneros, étnicos, de saúde pública e coletiva e ambiental, entre outros temas que visem o bem comum e o interesse público,





configurando a maior abrangência possível de interação na mediação da publicidade na sociedade e na cultura;

- Realizar serviços de consultoria e assessoria de comunicação mercadológica para empresas;
- Trabalhar a gestão da comunicação de marcas como ativo das empresas e de seus respectivos públicos, garantindo suas reputações e executando projetos para as identidades e construção de imagens de marcas;
- Inovar, promovendo modelos de negócios novos aos agenciamentos comunicacionais, na concepção da economia criativa e com vistas ao desenvolvimento regional;
- Produzir e gerenciar conteúdos de marcas, publicitárias nas mídias; e
- Trabalhar a comunicação de dados para o marketing de dados na mediação algorítmica das sociedades/culturas digitais de consumo.

O desenvolvimento dessas competências e habilidades mostra-se fundamental para que, a partir de uma formação humanista, o egresso seja capaz de desempenhar suas funções em diversos contextos diferentes, não apenas no modelo de agências de publicidade, mas também no setor público, no setor privado ou no terceiro setor. O egresso do IDP contará com um ferramental e um conhecimento de alto nível, com base em tecnologia, comunicação e formação humanística, para que se torne capaz de não apenas reproduzir o que já existe, mas sim fomentar o novo.

A ampliação das competências e habilidades em função de novas demandas apresentadas pelo mundo do trabalho é realizada pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), que trabalha para manter o perfil do egresso atualizado frente as necessidades locais, regionais, nacionais e global e as demandas apresentadas pelo mundo do trabalho, assim como promover sua atualização, sempre que for necessário.

Nesse sentido, destaque-se que consta, entre as atribuições do NDE, a de contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso, analisando sua adequação considerando as diretrizes curriculares editadas pelo Poder Público e as novas demandas do mundo do trabalho.

### **Acompanhamento dos Egressos**

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) desenvolve Programa de Acompanhamento dos Egressos com o objetivo de manter uma linha permanente de estudos e análises sobre os egressos que permita avaliar a qualidade do ensino e a adequação da formação do profissional às necessidades do mercado de trabalho.

O acompanhamento dos egressos é fundamental para conhecimento do perfil profissional dos graduados, tendo o propósito de buscar subsídios para melhorar a qualidade do ensino, da iniciação científica, da extensão e da gestão, fortalecendo as atividades institucionais e a constante busca da melhor qualidade de vida da sociedade. O egresso poderá trazer contribuições valiosas para a instituição, possibilitando uma visão de aspectos relevantes de procedimentos de avaliação e de processos educativos, evidenciando as demandas da



sociedade pela sua percepção, para isso vem realizando periodicamente encontro dos seus egressos de todos os cursos.

O Programa de Acompanhamento dos Egressos contará com: base de dados, com informações atualizadas dos egressos; mecanismos para a promoção de um relacionamento contínuo entre o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) e seus egressos; mecanismos para avaliar a adequação da formação do profissional para o mercado de trabalho.

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) implantará ferramenta de acompanhamento de egressos chamada “Portal do Egresso”, com o objetivo de:

- Estabelecer contato da Instituição com o egresso;
- Incentivar a participação dos egressos em atividades do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB);
- Atualizar os dados pessoais e as informações a respeito da continuidade na vida acadêmica ou da inserção profissional;
- Oportunizar através do banco de talentos, colocação no mercado de trabalho;
- Incentivar a progressão dos estudos através da formação lato sensu;
- Identificar necessidades de adequação do curso ao exercício profissional;
- Oportunizar ações de melhoria relacionadas às demandas da sociedade e do mundo do trabalho;
- Atender instrumento instituído pela CPA na coleta de dados.

Desse modo, o acompanhamento do egresso se constituirá como um dos recursos na construção de indicadores que possam contribuir na avaliação dos cursos e da repercussão dos mesmos no mercado e na sociedade. Destaca-se, ainda que os dados e informações colhidas a partir do egresso servirão de mecanismos de realimentação sistemática do PDI e do próprio PPC de cada curso oferecido pela IES, sendo objeto de estudo comparativo entre a atuação do egresso e a formação recebida (estudo comparativo entre a atuação do egresso e a formação recebida, subsidiando ações de melhoria relacionadas às demandas da sociedade e do mundo do trabalho).

Manter aberto este canal de comunicação é uma forma de continuar esta relação que começou nas salas de aula, estimulando o convívio acadêmico e a troca permanente de informações entre egressos, alunos e Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB). Com o propósito de manter vínculos não só afetivos, mas também na participação de atividades, é que a IES organiza e desenvolve na área do ensino, iniciação científica e extensão, em graus e níveis distintos, diferentes eventos para possibilitar a participação do egresso.

No tocante à avaliação da adequação da formação do profissional para o mercado de trabalho, o Programa de Acompanhamento dos Egressos contará com mecanismos para conhecer a opinião dos egressos sobre a formação recebida, tanto curricular quanto ética, para saber o índice de ocupação entre eles, para estabelecer relação entre a ocupação e a formação profissional recebida. Serão aplicados questionários para obter avaliações sobre o curso realizado (pontos positivos e negativos), a atuação no mercado de trabalho, dificuldades encontradas na profissão, interesse em realizar outros cursos de graduação e pós-graduação.



Além disso, será coletada a opinião dos empregados e/ou empregadores dos egressos (ação inovadora), sendo esta utilizada para revisar o plano e os programas.

O retorno dos egressos e de seus empregados e/ou empregadores sobre a formação recebida será fundamental para o aprimoramento do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB). Os dados obtidos serão analisados pelo Colegiado de Curso de Graduação que devem revisar o plano e programas do curso de forma a obter uma melhor adequação do Projeto Pedagógico do Curso às expectativas do mercado de trabalho. Em seguida, os dados e as considerações do Colegiado de Curso de Graduação serão encaminhados à Comissão Própria de Avaliação e ao Consaepe, a quem compete adotar as medidas necessárias para correção de eventuais distorções identificadas.

No que se refere às atividades de atualização e formação continuada para os egressos, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) oferece cursos de pós-graduação lato e stricto sensu, visando a educação continuada para os egressos de seus cursos de graduação.

Além dos cursos de pós-graduação, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) promove diversas ações no sentido de viabilizar a atualização e aperfeiçoamento de seus egressos. Nesse sentido, são realizados seminários e outros eventos congêneres de interesse dos egressos. Além disso, são realizados cursos de curta duração, todos elaborados de acordo com os interesses profissionais dos egressos.

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) mantém convênios com entidades e instituições da região, com o objetivo de promover o intercâmbio de experiência nas áreas científica, técnica e cultural, bem como, nas atividades de ensino, investigação científica, extensão e de formação de pessoal. Busca, também, por meio da celebração de convênios, a parceria com órgãos públicos, órgãos judiciários, instituições, empresas e profissionais da região para a realização de estágios extracurriculares, contribuindo para a inserção de seus alunos egressos no mercado de trabalho.

## 2.4. Formas de Ingresso

As formas de acesso estão disciplinadas no Regimento Geral do IDP-BSB, envolvendo normas sobre processo seletivo, matrícula, transferência e aproveitamento de estudos, a seguir reproduzidas:

Art. 50. O processo seletivo para os cursos de graduação destina-se a avaliar a formação recebida pelos candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente e a classificá-los dentro do estrito limite das vagas oferecidas.

§1º. O IDP - BSB, ao deliberar sobre critérios e normas de seleção e admissão de estudantes, leva em conta os efeitos desses critérios sobre a orientação do ensino médio, articulando-se com os órgãos normativos dos sistemas de ensino.



§2º. As inscrições para processo seletivo são abertas em edital, do qual constam a denominação e habilitações de cada curso abrangido pelo processo seletivo; o ato autorizativo de cada curso, informando a data de publicação no Diário Oficial da União; o número de vagas autorizadas, por turno de funcionamento, de cada curso; o número de alunos por turma; o local de funcionamento de cada curso; as normas de acesso; os prazos de inscrição; a documentação exigida para a inscrição; a relação das provas; os critérios de classificação; o prazo de validade do processo seletivo e demais informações úteis.

Art. 51. O processo seletivo para ingresso nos cursos de graduação abrange conhecimentos comuns às diversas formas de escolaridade do ensino médio, sem ultrapassar este nível de complexidade, a serem avaliados em provas, na forma disciplinada pelo Conselho de Administração, Ensino, Pesquisa e Extensão (Consaepe).

Parágrafo Único. O IDP - BSB pode considerar o desempenho escolar e dos exames oficiais do ensino médio ou profissionalizante (ENEM) como critérios para seu processo seletivo de ingresso, de acordo com normas aprovadas pelo Consaepe e com a legislação vigente.

Art. 52. A classificação é feita pela ordem decrescente dos resultados obtidos, sem ultrapassar o limite de vagas fixado, excluídos os candidatos que não obtiverem os níveis mínimos estabelecidos pelo Consaepe.

§1º. A classificação obtida é válida para a matrícula no período letivo para o qual se realiza a seleção, tornando-se nulos seus efeitos se o candidato classificado deixar de requerê-la ou, em o fazendo, não apresentar a documentação regimental completa, dentro dos prazos fixados.

§2º. Na hipótese de restarem vagas pode ser realizado novo processo seletivo, ou nelas podem ser matriculados portadores de diploma de graduação, conforme legislação vigente.

Art. 53. Os resultados do processo seletivo são tornados públicos pelo IDP - BSB, com a divulgação da relação nominal dos classificados, a respectiva ordem de classificação, bem como a chamada para matrícula, de acordo com os critérios para preenchimento das vagas constantes do respectivo edital.

Art. 54. A admissão aos cursos de pós-graduação e extensão é feita de acordo com as formalidades, condições e critérios previstos nos planos ou projetos respectivos, aprovados pelo Consaepe.

### Capítulo III - Da Matrícula

#### Seção I - Da Matrícula Inicial

Art. 55. A matrícula, ato formal de ingresso no curso e de vinculação ao IDP - BSB, realiza-se na Secretaria, em prazos estabelecidos no Calendário Acadêmico, mediante requerimento instruído com a seguinte documentação:



I - Certificado ou diploma de curso do ensino médio, ou equivalente, bem como cópia do histórico escolar, para ingresso em cursos de graduação;

II - Prova de quitação com o serviço militar e obrigações eleitorais;

III - comprovante de pagamento ou de isenção da primeira mensalidade dos encargos educacionais;

IV - Cédula de identidade;

V - Certidão de nascimento ou casamento;

VI - Visto permanente, expedido pela Polícia Federal (RNE), em caso de estrangeiros;

VII - Visto de fronteiriço, expedido pela Polícia Federal, em caso de estrangeiros que residem em país limítrofe;

VIII - 02 (duas) fotografias atuais 3x4;

IX - Contrato de prestação de serviços educacionais, devidamente assinado pelo candidato, ou por seu responsável, no caso de menor de 18 anos.

Parágrafo Único. No caso de diplomado em curso de graduação é exigida a apresentação do diploma, devidamente registrado, em substituição ao documento previsto no inciso I.

Art. 56. Quando da ocorrência de vagas, o IDP - BSB pode abrir matrícula nas disciplinas de seus cursos a alunos não regulares que demonstrem capacidade de cursá-las com aproveitamento, mediante processo seletivo prévio normatizado pelo Consaepe.

Parágrafo Único. Obtida a aprovação na respectiva disciplina, esta fará parte do histórico acadêmico do aluno, podendo ser objeto de aproveitamento, segundo as disposições deste Regimento Geral.

#### Seção II - Da Renovação de Matrícula

Art. 57. A matrícula é renovada semestralmente em prazos estabelecidos no Calendário Acadêmico.

§1º. Ressalvado o disposto no artigo 58, a não renovação da matrícula implica abandono do curso e a desvinculação do aluno ao IDP - BSB .

§2º. A renovação de matrícula é instruída com a comprovação de pagamento ou isenção da respectiva mensalidade dos encargos educacionais.

#### Seção III - Do Trancamento de Matrícula

Art. 58. É concedido o trancamento de matrícula para o efeito de, interrompidos temporariamente os estudos, manter a vinculação do aluno ao IDP - BSB e seu direito à renovação de matrícula.



§1º. O trancamento deverá ser solicitado pelo aluno, no prazo estabelecido pelo Calendário Acadêmico, por tempo expressamente estipulado no ato, que não pode ser superior a 02 (dois) períodos letivos, incluindo aquele em que foi concedido.

§2º. Não são concedidos trancamentos imediatamente consecutivos que, em seu conjunto, ultrapassem o tempo previsto no parágrafo anterior, nem trancamentos sucessivos, não consecutivos, que, em seu conjunto, ultrapassem aquele limite.

§3º. Cabe ao Coordenador de Graduação analisar o pedido de trancamento e deferir, conforme parâmetros estabelecidos pelo Consaepe.

§4º. Se o aluno não solicitar o retorno ao IDP - BSB findo o prazo do trancamento, sua matrícula será automaticamente cancelada, sendo registrado no histórico acadêmico a menção matrícula cancelada por abandono de curso.

§5º. Ao retornar aos estudos, o aluno que tenha trancado sua matrícula deverá cumprir a matriz curricular vigente.

#### Capítulo IV - Da Transferência e do Aproveitamento de Estudos

Art. 59. No limite das vagas existentes e mediante processo seletivo, o IDP - BSB aceita a transferência de alunos provenientes de cursos idênticos ou afins, ministrados por estabelecimento de ensino superior, nacional ou estrangeiro, na época prevista no Calendário Acadêmico.

§1º. As transferências ex officio dar-se-ão na forma da lei.

§2º. O requerimento de matrícula por transferência é instruído com a documentação constante do artigo 55, os planos de ensino das disciplinas cursadas no curso de origem, além de histórico acadêmico ou documento equivalente que ateste as disciplinas cursadas e respectiva carga horária, bem como o desempenho do aluno.

Art. 60. O aluno transferido está sujeito às adaptações curriculares que se fizerem necessárias, aproveitados os estudos realizados com aprovação na instituição de origem.

§1º. O aproveitamento é concedido e as adaptações são determinadas pelo Colegiado de Curso, ouvido o professor da disciplina e observadas as seguintes e demais normas da legislação pertinente:

I - As disciplinas de qualquer curso superior, estudadas com aproveitamento em instituição autorizada, são automaticamente reconhecidas, sendo atribuído ao aluno os créditos, notas, conceitos e carga horária obtidos no estabelecimento de procedência;

II - O reconhecimento a que se refere o inciso I deste artigo implica a dispensa de qualquer adaptação e de suplementação de carga horária;



III - A verificação, para efeito do disposto no inciso II, esgotar-se-á com a constatação de que o aluno foi regularmente aprovado em todas as disciplinas correspondentes a cada matéria;

IV - Observando o disposto nos incisos anteriores é exigido do aluno transferido, para integralização da matriz curricular, o cumprimento regular das demais disciplinas e da carga horária total do curso;

V - O cumprimento da carga horária adicional, em termos globais, é exigido para efeito de integralização curricular, em função do total de horas obrigatórias à expedição do diploma do ao IDP - BSB .

§2º. Nas disciplinas não cursadas integralmente, ao IDP - BSB pode exigir adaptação, observados os seguintes princípios gerais:

I - Os aspectos quantitativos e formais do ensino, representados por itens de programas, cargas horárias e ordenação das disciplinas, não devem superpor-se à consideração mais ampla da integração dos conhecimentos, competências e habilidades inerentes ao curso, no contexto da formação cultural e profissional do aluno;

II - A adaptação processar-se-á mediante o cumprimento do plano especial de estudo que possibilite o melhor aproveitamento do tempo e da capacidade de aprendizagem do aluno;

III - A adaptação refere-se a estudos feitos em nível de graduação, dela excluindo-se o processo seletivo e quaisquer atividades desenvolvidas pelo aluno para ingresso no curso;

IV - Não estão isentos de adaptação os alunos beneficiados por lei especial que lhes assegure a transferência em qualquer época e independentemente da existência da vaga, salvo quanto às disciplinas com aproveitamento na forma dos incisos I e II, do §1º deste artigo;

V - Quando a transferência se processar durante o período letivo, são aproveitados créditos, notas, conceitos e frequência obtidos pelo aluno no estabelecimento de procedência até a data em que se tenha desligado.

Art. 61. Aplicam-se à matrícula de diplomados e de alunos provenientes de outros cursos de graduação do IDP - BSB ou de instituições congêneres as normas referentes à transferência, à exceção do disposto no artigo 59, §1º e no artigo 60, §2º, incisos I e IV.

Art. 62. O IDP - BSB concede transferência de aluno regular nela matriculado, que não pode ser negada, quer seja em virtude de inadimplência, quer seja em virtude de processo disciplinar em trâmite ou ainda em função de o aluno estar frequentando o primeiro ou o último período de curso, em conformidade com a legislação vigente.



## 2.5. Estrutura Curricular

A Matriz Curricular do Curso de Publicidade e Propaganda foi concebida a partir das Diretrizes Curriculares Nacionais específicas, constantes na Resolução CNE/CES nº 16/2002, que estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações, tendo em vista o disposto nos Pareceres CNE/CES nº 492/2001 e nº 1.363/2001. Ainda, observa outras diretrizes do CNE e o Parecer CNE/CES nº 146 /2020, além dos objetivos institucionais de inovação programática e metodológica no ensino.

A estrutura curricular proposta desenvolve-se a partir dos conceitos centrais de **flexibilidade**, **interdisciplinaridade** e de **articulação dos saberes**. Tais valores fazem parte da política institucional de ensino do IDP e foram incorporados ao Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda a partir do diagnóstico institucional que evidencia a importância do desenvolvimento de uma postura crítica e inovadora em relação ao ensino tradicional.

O currículo proposto coordena e integra as disciplinas oferecidas, as atividades complementares, as iniciativas de pesquisas científicas e o exercício monitorado desse conhecimento durante a prática e por meio de atividades de extensão. Apesar de ser a sala de aula ainda o ambiente primordial do aprendizado acadêmico, o currículo deve valorizar essas atividades adicionais de maneira a permitir aos alunos que desenhem seu curso de acordo com seus interesses acadêmicos e aptidões profissionais, funcionando a pesquisa e a extensão como esses espaços, que lhes permitem direcionar seus estudos de acordo com suas aptidões e interesses.

De um lado, o curso propõe a flexibilidade curricular por meio da **oferta de um maior número de disciplinas eletivas** ao longo do curso e do planejamento de diversos formatos de oferta das disciplinas. Ao todo, a estrutura curricular prevê a matrícula dos discentes em seis disciplinas optativas, o que equivale a mais de 15% da carga horária total do curso. Essa flexibilização curricular é uma importante política institucional de ensino, que busca estimular tanto a criatividade docente, que pode explorar uma quantidade maior de temas correlatos à comunicação e à publicidade, e a autonomia discente, já que os estudantes passam a ter mais liberdade para a construção de suas trajetórias acadêmicas ao longo do curso, tornando-se, assim, verdadeiros protagonistas de seus respectivos processos de aprendizagem.

Nesse sentido, ao longo do curso o aluno pode delinear trajetórias específicas a interdisciplinares a partir da realização de disciplinas eletivas, que devem ser cursadas a partir do 7º semestre do curso, mas que podem ser cursadas anteriormente caso não atrasem a execução de disciplinas obrigatórias. Além de promover caminhos de atuação profissional alternativos, as disciplinas eletivas representam novos espaços de articulação de saberes entre áreas distintas de conhecimento.

Os princípios da multi, inter e transdisciplinaridade foram entendidos como inerentes à Publicidade e Propaganda, que se integra a outras áreas de conhecimento para efetivar suas competências mercadológico-acadêmicas e sociais. A atividade do publicitário, caracterizada pela mediação e agenciamento das formas comunicacionais dos consumos, só se realiza a partir de conhecimentos que têm sua origem em outros campos das ciências humanas, na





linguagem e nas artes, assim como das ciências exatas, ciências da computação, engenharias, matemática e sistemas de informação. Em que pesem as interfaces com outras áreas do saber, a formação básica do profissional de Publicidade e Propaganda tem como base teórico-conceitual a área da Comunicação e sua articulação com os cursos de Jornalismo, de Relações Públicas, de Cinema, de Editoração entre outras especialidades da área.

Assim, a estrutura curricular enfatiza também a **interdisciplinaridade** como elemento essencial do curso. Entende-se que o diálogo das disciplinas do curso de Publicidade e Propaganda (e Comunicação de uma maneira geral) tradicionais com outras áreas do conhecimento é de fundamental importância para a formação do perfil do egresso almejado. Nessa perspectiva, destaca-se a ampliação da oferta de disciplinas obrigatórias que articulam saberes de diversas áreas do conhecimento, e a oferta de disciplinas optativas de eixos interdisciplinares, como libras, inglês instrumental, responsabilidade civil e outras áreas.

Assim sendo, o currículo do promove o constante diálogo entre o conteúdo tradicional dos cursos de Publicidade e Propaganda e as demais áreas do conhecimento, como a Administração, o Marketing, a Ciência Política, a Ciência de Dados, o Jornalismo, entre outras. Essa interação permite a compreensão de fenômenos sob uma perspectiva multidimensional, que se coloca como um requisito essencial para o desenvolvimento da racionalidade crítica dos estudantes, que é um dos valores definidos no perfil do egresso do curso. A consideração de perspectivas de outras áreas do conhecimento ocorre, por exemplo, por meio da oferta de disciplinas de outras áreas, como os componentes curriculares da trilha de Data Science.

O curso de Publicidade e Propaganda do IDP tem suas disciplinas divididas em percursos de formação temporais: (I) Ciclo Básico; (II) Ciclo Específico; e (III) Especialização. Na perspectiva do Ciclo Básico, englobam-se as disciplinas que compõem a base teórica do curso, como “Fundamentos do Marketing”, “Teorias da Comunicação” e “História da Publicidade e Propaganda”.

Já o Ciclo Específico traz disciplinas mais específicas e aprofundadas nas diversas áreas da Publicidade e Propaganda, além de envolver as disciplinas que extrapolam a ciência e o conhecimento, trazendo a interdisciplinaridade para o curso. É o caso das disciplinas “Neurociência, Consumo e Marketing”, “UX/UI Design”, “Data Science para Marketing I” entre outras.

Por fim, a Especialização envolve as disciplinas eletivas em consonância com o perfil do egresso do curso de Publicidade e Propaganda, além de disciplinas que preparam nossos alunos e futuros egressos para o mercado de trabalho não apenas para o trabalho operacional, mas também para a liderança e postos de trabalho diversos, em qualquer setor da economia ou nível de aplicação. Destacam-se disciplinas de gestão de equipes (“Liderança, gestão de equipe e motivação”) e de metodologias ágeis (“Design Thinking para criatividade e inovação” e “Gestão de Projetos e Métodos Ágeis”).

Percebe-se que a estrutura curricular proposta neste Projeto Pedagógico não se materializa apenas por meio da sequência de disciplinas, todas estruturadas em torno dos eixos vetores do curso, mas especialmente pelos componentes curriculares articulados a partir das perspectivas formativas inspiradas nas DCNs, permeados por estratégias metodológicas diferenciadas,



temas presentes de forma transversal, assuntos atuais e inovadores e forte interdisciplinaridade.

Assim, pode-se assegurar que o curso de Publicidade e Propaganda do IDP atende aos dispositivos legais vigentes , uma vez que:

- I. A carga horária total do curso atinge 3.250 horas, superior à carga fixada como mínima, sendo este percentual composto por disciplinas obrigatórias e optativas;
- II. A disciplina de LIBRAS é ofertada como disciplina optativa (Decreto 5.626, de 22 de dezembro de 2005);
- III. Os objetivos do curso, o perfil do egresso, os conteúdos e as atividades complementares atendem às DCNs para cursos de Publicidade e Propaganda;
- IV. As Atividades Complementares atendem ao Art. 8º da DCN, com a prática de estudos e atividades independentes presenciais e/ou online, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, especialmente nas relações com o mercado de trabalho e com as ações de extensão junto à comunidade, e correspondem a aproximadamente 10% das horas totais do curso;
- V. O tempo mínimo de integralização do curso é de 4 anos;
- VI. Atende à Resolução CNE/CES nº 07/2018. O IDO-BSB implantou as atividades de extensão como atividade obrigatória do curso, atendendo ao percentual mínimo de 10% da carga horária total do curso;
- VII. Atende ao disposto Lei nº 9.795/1999 e no Decreto nº 4.281/2002, que estabelecem as Políticas de Educação Ambiental
- VIII. Atende às resoluções CNE/CP nº 01, de 17 de junho de 2004 (Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira e Indígena), CNE nº 01 de 30 de maio de 2012 (Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos), através de disciplinas, atividades complementares e projetos de extensão que tratam dos assuntos abordados.

Para garantir a acessibilidade metodológica, a metodologia de ensino-aprendizagem, os recursos pedagógicos e tecnológicos (tecnologias assistivas) e as técnicas de ensino e avaliação são definidos de acordo com as necessidades dos sujeitos da aprendizagem, com amparo do serviço específico do Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP) e Núcleo de Atendimento e Acompanhamento às Pessoas com Necessidades Específicas (NAC/PEN), da Coordenação do Curso, do Núcleo Docente Estruturante (NDE) e do órgão colegiado de curso. Destarte, a acessibilidade pedagógica também permite a inserção do aluno com deficiência.

Os Coordenadores de Curso, assessorados pelo NAP e NAC/PNE, deverão desenvolver ações, que contemplem o princípio da inclusão educacional, voltadas para o atendimento às demandas acadêmicas dos estudantes com necessidades educacionais especiais.

Assim, para implementação de metodologias e recursos para atendimento educacional especializado, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) conta com o NAP e NAC/PNE. Cabe à administração superior prover condições que garantam a permanência dos estudantes com necessidades educacionais especiais nos cursos, a partir da demanda informada.



Pode-se afirmar, assim, que o currículo proposto se destaca pela diversidade de elementos inovadores, a ampla oferta de disciplinas optativas, que totalizam 15% da carga horária do curso; a introdução de componentes curriculares inovadores e interdisciplinares .

### 2.5.1. Inovações Acadêmicas e Flexibilização Curriculares

Para dar atingir seu compromisso com o desenvolvimento social e com a formação ética dos seus alunos, o IDP busca constantemente redimensionar as ações do seu trabalho acadêmico, evidenciados a partir da atualização dos projetos acadêmicos dos cursos e dos currículos, tornando-os mais flexíveis e contemplando a interdisciplinaridade/transdisciplinaridade, a flexibilização dos conteúdos, a integração teoria/prática como suporte para a aprendizagem integrada e inovadora.

A flexibilização é um dos grandes desafios da educação. Para os professores, e particularmente para os gestores, flexibilizar implica criar e implementar estratégias de orientar o trabalho para o envolvimento e participação do discentes, de forma que estes não sejam tratados e não atuem meramente como objetos da ação educacional. A partir dessa concepção, busca-se:

- I. Implementar currículos capazes de garantir ao aluno: ênfase na aprendizagem com vista a sua autonomia como sujeito crítico e participativo; a possibilidade de compreender a relação entre os problemas locais e globais a partir de uma visão inovadora; o desenvolvimento de uma visão empreendedora; a formulação de estratégias que o permita conviver com a realidade atual, marcada pela incerteza, tornando-o capaz de lidar com o imprevisto e o inesperado; a capacidade de analisar situações concretas, resolver problemas e apresentar soluções bem como saber lidar com as diversidades;
- II. Articular a teoria com a prática, com a previsão de componentes curriculares teórico-práticos e práticos, e fortalecendo os estágios e seminários ou projetos integradores / interdisciplinares;
- III. Atualizar permanente os projetos pedagógicos dos cursos, sendo que os conteúdos dos componentes curriculares não são a essência do curso, mas sim referência para novas buscas, novas descobertas, novos questionamentos, oferecendo aos discentes um sólido e crítico processo de formação, voltado ao contexto educacional, socioeconômico, ambiental e do mundo do trabalho; gestão do currículo, onde o Colegiado de Curso de Graduação e o NDE serão os fóruns privilegiados de concepção e implantação da flexibilização.

Dessa forma, a flexibilidade curricular se reflete em diferentes perspectivas; incluindo a eliminação da rigidez estrutural das matrizes curriculares, mediante a redução dos pré-requisitos, e a oferta de componentes curriculares eletivos.

No que diz respeito aos pré-requisitos é preciso considerar até que ponto eles de fato se constituem em elementos indispensáveis ao desenvolvimento dos estudos e em que casos isso ocorre, de forma a não impedir o movimento dinâmico necessário para o cumprimento do estabelecido no plano de execução curricular do curso.



Os componentes curriculares eletivos, também previstos nas matrizes, visam fornecer subsídios complementares à formação superior do aluno. Sua previsão nas estruturas curriculares busca garantir margem mais ampla para a escolha do aluno quanto aos conhecimentos, competências e habilidades que deseja construir em seu processo de formação, com a necessária orientação da Coordenação de Curso.

Outro importante instrumento utilizado para alcançar a flexibilidade curricular é a previsão de carga horária destinada às “Atividades Complementares”. Previstas para integrarem os cursos de graduação, as denominadas Atividades Complementares permitem aos discentes a participação em ações variadas vinculadas à formação em nível superior, que enriquecem e complementam a formação do profissional e se constituem em mecanismos para flexibilizar o currículo.

O IDP considera que ao utilizar metodologias e ações que proporcionem a flexibilidade curricular possibilita, também, a satisfação das demandas do mercado e da sociedade, pois os planos de curso estão vinculados à realidade do mundo do trabalho, o que contribui para adequar o perfil profissional.

### 2.5.2. Oportunidades de integralização curricular

Um dos objetivos do curso de Publicidade e Propaganda do IDP é proporcionar aos alunos não apenas um curso convencional, mas sim oferecer a eles possibilidade de crescimento pessoal e profissional, a fim de corresponder aos objetivos do curso e ao perfil do egresso propostos. Estas oportunidades podem ser resumidas em três pontos: **disciplinas eletivas, atividades extracurriculares e internacionalização.**

As **disciplinas eletivas** buscam complementar o currículo do corpo discente na área em que eles procuram se especializar, ou até em outras áreas do conhecimento correlatas à comunicação e à publicidade. Tal opção possibilita a personalização do currículo para cada aluno, a fim de formar grandes profissionais. De forma resumida, as disciplinas optativas do IDP possuem dois objetivos: a formação especializada do aluno em áreas em que ele desejar, e também a interdisciplinaridade como base para a formação de profissionais generalistas.

As **atividades extracurriculares** estão presentes em toda a duração do curso, distribuídas ao longo dos anos, a fim de complementar a formação dos estudantes. Presentes principalmente nos períodos vespertino e noturno, as atividades envolvem palestras, cursos, oficinas e preparatórios para o mercado de trabalho, como simulações de processos seletivos e feiras de estágio. Também são incluídas nas atividades extracurriculares grupos de pesquisa e estudo.

Atualmente, se destacam como atividades extracurriculares já existentes no IDP a Job Fair (feira de estágios), os grupos de pesquisa e estudo InfoModa e SelfLab, a Empresa Júnior SETEVIRGULATRES, formada por alunos dos cursos de publicidade, o Podcast Empreenda BSB, as monitorias realizadas semestralmente, os projetos Sprint IDP e Summer School, as viagens nacionais e internacionais IDP Go, entre outras.



Por fim, a **internacionalização** compreende a possibilidade dos alunos de cursarem disciplinas e cursos diversos em instituições de ensino nacionais ou internacionais com convênio ativo com o IDP. Atualmente o IDP conta com convênios ativos com diversas IES, e promove cada vez mais convênios a fim de formar profissionais excelentes também na dimensão de relacionamento multicultural.

## 2.6. Conteúdos Curriculares

Os conteúdos curriculares estabelecidos promovem o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso, considerando a atualização da área, a adequação das cargas horárias (em horas-relógio), a adequação da bibliografia, a acessibilidade metodológica, a abordagem de conteúdos pertinentes às políticas de educação ambiental, de educação em direitos humanos e de educação das relações étnico-raciais e o ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena, diferenciam o curso dentro da área profissional e induzem o contato com conhecimento recente e inovador.

As ações acadêmico-administrativas implantadas nos cursos do IDP estão relacionadas com as políticas de ensino para os cursos de graduação, considerando os aspectos da sistemática de atualização curricular, o programa de monitoria, o programa de nivelamento, de mobilidade acadêmica com instituições nacionais ou internacionais, e a promoção de ações inovadoras.

Os conteúdos são selecionados tendo em vista o perfil do egresso, as competências a serem desenvolvidas, as especificidades de cada área e as diretrizes curriculares nacionais de cada curso. Nessa tarefa são priorizados os conteúdos que atendam aos critérios de:

- I. Relevância social, ou seja, pertinência para o atendimento das necessidades sociais (locais, regionais e nacionais) e das expectativas dos diferentes segmentos sociais - com vistas a atender às necessidades e condições locais e regionais, guardando-se sua inserção no contexto nacional e internacional, bem como considerando as expectativas dos diferentes segmentos sociais no que se refere à atuação dos profissionais da área;
- II. Atualidade, caracterizada pela incorporação de novos conhecimentos produzidos e pela releitura sistemática dos conhecimentos disponíveis, com referência a padrões locais, regionais, nacionais e internacionais do avanço científico-tecnológico e à universalidade do conhecimento;
- III. Potencialidade para o desenvolvimento intelectual autônomo dos alunos, que os habilite a lidar com mudanças e diversidades tecnológicas, econômicas e culturais, a buscar, avaliar e selecionar novas informações em diversificadas fontes e de forma crítica;
- IV. Interdisciplinaridade, que possibilitará a abordagem do objeto de estudos sob diversos olhares, como a perspectiva da análise teórica, de questões contemporâneas bem como da dimensão sociocultural;



- V. Abrangência dos diferentes campos de conhecimento, o que possibilitará a integração horizontal entre as diferentes áreas de estudos e integração vertical e, conseqüentemente, a aprendizagem do aluno em níveis crescentes de complexidade;
- VI. Integralidade que busca caminhos para aproximar a formação do profissional das necessidades básicas; os alunos são conduzidos e estimulados à busca e construção de seu próprio conhecimento, aprendendo a ser um profissional integrado à realidade social em que vivem;
- VII. Concepção do currículo centrada no aluno como sujeito da aprendizagem, apoiada no professor como facilitador do processo;
- VIII. Acessibilidade metodológica ou pedagógica e atitudinal;
- IX. Habilidade de aprender a aprender, de trabalhar e conviver em equipe e promover a troca de conhecimentos e experiências entre os profissionais.

A cultura, os interesses e as características dos alunos também serão critérios centrais considerados na seleção e na organização dos conteúdos ministrados no curso de Publicidade e Propaganda do IDP. Na elaboração da matriz curricular são observadas as diretrizes curriculares editadas pelo Poder Público e os seguintes princípios:

- I. Incentivar uma sólida formação geral, necessária para que o egresso possa vir a superar os desafios de renovadas condições de exercício profissional e de produção do conhecimento;
- II. Estimular práticas de estudo independentes, visando uma progressiva autonomia profissional e intelectual do aluno;
- III. Encorajar o reconhecimento de conhecimentos, competências e habilidades adquiridas fora do ambiente acadêmico, inclusive as que se referirem à experiência profissional;
- IV. Fortalecer a articulação da teoria com a prática, valorizando a iniciação científica individual e coletiva, assim como os estágios e a participação em atividades de extensão;
- V. Estabelecer mecanismos de avaliações periódicas que sirvam para informar a docentes e a discentes acerca do desenvolvimento das atividades didáticas;
- VI. Estabelecer integralização curricular, evitando prolongamentos desnecessários da duração do curso.

A organização das disciplinas e dos conteúdos selecionados deve, também, permitir o trabalho inter e transdisciplinar, sem perder de vista as suas especificidades. O diálogo constante e a troca de experiência entre os professores, a extensão, os seminários ou projetos interdisciplinares / integradores, as visitas técnicas, as experiências e o contato do aluno com a realidade social, permitem que ambos (docentes e discentes) adquiram uma visão da totalidade que pode ser percebida em relação aos conhecimentos, ao ser humano, ao ambiente e ao mundo.

Para isso, privilegiar-se-á a integração da teoria com a prática que acontece tanto em sala de aula quanto na efetivação dos trabalhos desenvolvidos, tais como projetos integradores / interdisciplinares, práticas simuladas, estágios supervisionados, atividades complementares, uso de tecnologias virtuais como recurso da aprendizagem.



Encontram-se garantidos os estudos transversais referentes: às tecnologias e às lógicas produtivas do setor; às questões de gênero e étnico-raciais; à responsabilidade social para a sustentabilidade ambiental; e, à função social da publicidade e sua capacidade de transformação da realidade, considerando especificidades ao contexto do curso. Os eixos transversais estão submetidos às perspectivas de formação em Publicidade e Propaganda, a saber: (a) Formação ético-humanística; (b) Formação em Comunicação; e, (c) Formação específica em Publicidade e Propaganda.

A investigação científica é um elemento constitutivo e fundamental do currículo, uma vez que possibilita ao Curso de Publicidade e Propaganda a permanente busca do equilíbrio entre a teoria e a prática e estabelece uma conexão com as disciplinas que tratam da operacionalidade das funções e atividades em Publicidade e Propaganda voltadas ao conhecimento e à análise da prática profissional e do mercado de trabalho, bem como permite acompanhar a permanente evolução desta atividade profissional em suas tendências.

Na elaboração da matriz curricular são incorporados conteúdos de modo a observar o disposto no Decreto nº 5.626/2005, que regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre o Ensino da Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS; o disposto na Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, no Decreto nº 4.281 de 25 de junho de 2002 e na Resolução CNE/CP nº 02/2012, que estabelecem as políticas de educação ambiental; o disposto na Resolução CNE/CP nº 01, de 17 de junho de 2004, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana; o disposto na Resolução CNE/CP nº 01, de 30 de maio de 2012, que estabelece as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos; e, o disposto na CNE/CES nº 07, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 (com prazo para implementação estabelecida na resolução e no cronograma do PDI).

Cumprir destacar que a Educação das Relações Étnico-Raciais e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, além de Educação em Direitos Humanos são ministradas ao longo da vida acadêmica do aluno, através das disciplinas obrigatórias “Teorias da Comunicação”, “História da Publicidade e Propaganda”, além de disciplinas eletivas como “Ética, Cultura e Consumo Consciente”, “Pensamento Social e Político Brasileiro” e “Tópicos Especiais em Mulheres e Liderança”.

Deve-se registrar que o estudo das políticas de educação ambiental, em atendimento à Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, e ao Decreto nº 4.281 de 25 de junho de 2002, é assegurado particularmente nas disciplinas que se seguem: “Marketing Digital e Redes Sociais”; “História da Publicidade e Propaganda”; “Neurociência, Consumo e Marketing”; “Agência Experimental de Marketing V”; “Empreendedorismo e Inovação”. Cabe ao corpo docente dos diferentes componentes curriculares contextualizar as especificidades da educação ambiental nas suas unidades de ensino, garantindo a integração da educação ambiental às unidades curriculares do curso de modo transversal, contínuo e permanente. Ademais, a educação ambiental e a sustentabilidade são desenvolvidas também nas atividades de iniciação científica e extensão.



Para cada curso de graduação, o **Núcleo Docente Estruturante** (NDE) atua sugerindo atualização curricular. E compete ao **Colegiado de Curso de Graduação**, como órgão deliberativo responsável pela coordenação didática do curso, fixar o perfil do curso e as diretrizes gerais das disciplinas, com suas ementas e respectivos planos de ensino, assim como, deliberar sobre a matriz curricular do curso e suas alterações com a indicação das disciplinas e respectiva carga horária, de acordo com as diretrizes curriculares emanadas do Poder Público, e conforme sugestão do Núcleo Docente Estruturante.

Constata-se neste PPC que os conteúdos curriculares estabelecidos para o curso de Publicidade e propaganda diferenciam o curso dentro da área profissional e induzem o contato com conhecimento recente e inovador.

### 2.6.1. Presença da Extensão no Currículo do curso

Levando-se em consideração o Plano Nacional de Educação, a Resolução CNE/CES nº 07/2018, o Parecer CNE/CES nº 608/2018 e o Parecer CNE/CES nº 576/2023, o curso de Publicidade e Propaganda do IDP incorpora em seu currículo atividades de extensão em concordância com os documentos citados, integrando a vivência acadêmica do corpo discente com atividades de diversos tipos e finalidades.

Conforme os documentos citados, destaca-se as modalidades de atividades de extensão: Programas, Projetos, Cursos e Oficinas, Eventos e Prestação de Serviços. O curso de Publicidade e Propaganda conta com uma série de atividades a serem definidas a seguir.

- I. **Projeto Maker:** projeto ocorrido entre 2022 e 2023 como forma de curricularizar a extensão no curso, o Projeto Maker propõe um briefing de cliente convidado por um professor do curso, para que os alunos trabalhem os conhecimentos desenvolvidos em sala de aula dentro de um caso real. 20% da carga horária de cada disciplina era destinado à execução do trabalho, transformando o professor de um papel expositivo de teoria para o papel de orientador de trabalhos práticos.
- II. **Agência Experimental de Marketing:** a partir de 2024, a grade atualizada do curso propõe a Agência Experimental como disciplina de extensão, onde os alunos possuem uma carga semestral de 60 horas que envolvem cursos, oficinas, visitas técnicas a empresas e realização de trabalhos para clientes reais da sociedade. Os planos de ensino das disciplinas da Agência Experimental de Marketing devem conter, além dos itens normais de um plano de ensino, metas de visitas, briefings de trabalho e oficinas práticas. A partir da grade mais atual, todo aluno do curso de Publicidade e Propaganda cursará o equivalente a 360 horas de extensão, carga superior a 10% do curso, conforme estipulado nos pareceres citados.
- III. **Projetos e programas Institucionais:** além das atividades de extensão propostas ao curso de Publicidade e Propaganda, o IDP promove atividades institucionais de extensão, onde os alunos podem desenvolver sua experiência de campo e profissional em conjunto com outros cursos e turmas. Destacam-se aqui o Sprint IDP, programa de entrega de consultoria nas diversas áreas que o Instituto possui





cursos; o IDP social, programa multidisciplinar de trabalho em áreas específicas para auxílio em questões de gestão de ONGs parceiras; o Startup Weekend e a Hackaton IDP, onde os alunos são desafiados a cumprir desafios dentro do mundo da tecnologia e da inovação.

Dada a gama de possibilidades apresentadas, os alunos do curso de Publicidade e Propaganda do IDP possuem um leque de escolhas de extensão na sua vivência acadêmica, com componentes obrigatórios que totalizam 360 horas do curso, além de projetos de livre escolha que podem ser realizados ou não pelos alunos do curso.

### 2.6.2. Regulamento de disciplinas eletivas

A oferta de disciplinas eletivas inicial é definida em PPC e conta em ementário, ao final do documento. Periodicamente, cabe ao NDE a aprovação das disciplinas de acordo com as necessidades profissionais e o perfil do egresso dinâmico que o curso de Publicidade e Propaganda propõe.

Cada discente deve cursar, ao longo de sua carreira acadêmica, 480 horas de disciplinas eletivas, podendo estas horas ser computadas em disciplinas de 40 e 80 horas. Cabe ao discente, com base no perfil de egresso estabelecido neste PPC e na DCN do curso de Publicidade e Propaganda, onde se estabelece as competências e o perfil específico esperados dos Docentes.

Cabe aos membros do NDE do curso também o estudo ativo de possibilidades de disciplinas eletivas frente os avanços tecnológicos e sociais observados, mediante aprovação do próprio NDE. No momento da aprovação da disciplina pelo Colegiado de Curso, sua ementa deve ser criada e sua bibliografia demandada à biblioteca do IDP, além de ser adicionada ao PPC, no anexo de ementário.

## 2.7. Representação gráfica de um perfil de formação

A estrutura curricular geral do curso de graduação de Publicidade e Propaganda do IDP pode ser vista a seguir:

Tabela 2: Representação gráfica da oferta de disciplinas do curso de Publicidade e Propaganda e cargas horárias

#	Disciplinas				
1	MARKETING DIGITAL E MÍDIAS SOCIAIS	COPYWRITING E ESCRITA CRIATIVA	FUNDAMENTOS DE MARKETING	TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING I
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	EXTENSÃO 60 horas



	Publicidade e Propaganda	Comunicação	Publicidade e Propaganda	Comunicação	
2	ESTRATÉGIA DIGITAL	CONSUMER INSIGHTS E PESQUISA DE MERCADO	DESIGN GRÁFICO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA	HISTÓRIA DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA	AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING II
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	EXTENSÃO 60 horas
	Publicidade e Propaganda	Publicidade e Propaganda	Publicidade e Propaganda	Ético-humanista	
3	FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	PRODUÇÃO, CAPTAÇÃO E EDIÇÃO DE VÍDEOS	PRODUÇÃO, CAPTAÇÃO E EDIÇÃO SONORA	ROTEIRO, STORYTELLING E FILME PUBLICITÁRIO	AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING III
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	EXTENSÃO 60 horas
	Comunicação	Comunicação	Comunicação	Publicidade e Propaganda	
4	DATA SCIENCE PARA MARKETING I	UX/UI DESIGN	MARKETING DIGITAL E ALTA PERFORMANCE	NEUROCIÊNCIA, CONSUMO E MARKETING	AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING IV
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	EXTENSÃO 60 horas
	Publicidade e Propaganda	Publicidade e Propaganda	Publicidade e Propaganda	Publicidade e Propaganda	
5	DATA SCIENCE PARA MARKETING II	DESIGN THINKING PARA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO	BRANDING, MARKETING E GROWTH	GESTÃO DE CRISE E RP	AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING V
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	60 horas
	Publicidade e Propaganda	Empreendedorismo e Inovação Ético-humanista	Publicidade e Propaganda	Comunicação	
6	DATA SCIENCE PARA MARKETING III	GESTÃO DE PROJETOS E MÉTODOS ÁGEIS	LIDERANÇA, GESTÃO DE EQUIPE E MOTIVAÇÃO	EMPREENDEADORISMO E INOVAÇÃO	AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING VI
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	60 horas
	Publicidade e Propaganda	Empreendedorismo e Inovação Ético-humanista	Empreendedorismo e Inovação Ético-humanista	Empreendedorismo e Inovação Ético-humanista	
7	TCC I	DISCIPLINA ELETIVA	DISCIPLINA ELETIVA	DISCIPLINA ELETIVA	
Ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	



8	TCC II	DISCIPLINA ELETIVA	DISCIPLINA ELETIVA	DISCIPLINA ELETIVA	
ch	80 horas	80 horas	80 horas	80 horas	

Observa-se a identificação dos temas transversais recomendados pelo MEC:

- I. Educação das Relações Étnico-Raciais e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, além de Educação em Direitos Humanos são ministradas ao longo da vida acadêmica do aluno, através das disciplinas obrigatórias “Teorias da Comunicação”, “História da Publicidade e Propaganda”, além de disciplinas optativas como “Ética, Cultura e Consumo Consciente”, “Pensamento Social e Político Brasileiro” e “Tópicos Especiais em Mulheres e Liderança”;
- II. O estudo das Políticas de Educação Ambiental é assegurado ao longo da vida acadêmica do aluno, estando previsto nas unidades de ensino de “Marketing Digital e Redes Sociais”, “História da Publicidade e Propaganda”, “Neurociência, Consumo e Marketing”, “Agência Experimental de Marketing V” e “Empreendedorismo e Inovação”.
- III. A disciplina de Libras é ofertada como eletiva, em respeito ao decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2015, podendo qualquer aluno da Instituição cursá-la. A seguir, elenco de componentes curriculares eletivos.

Quadro – Componentes Curriculares Eletivos

<b>COMPONENTES CURRICULARES ELETIVOS</b>	
<b>COMPONENTES CURRICULARES</b>	<b>CH</b>
LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS - LIBRAS	80
ÉTICA, CULTURA E CONSUMO CONSCIENTE	80
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	80
COMUNICAÇÃO E GÊNERO	80
GERENCIAMENTO DE CONTAS	80
CINEMA BRASILEIRO	80
PENSAMENTO SOCIAL E POLÍTICO BRASILEIRO	80
PESQUISA EM MARKETING	80
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E MACHINE LEARNING I	80
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E MACHINE LEARNING II	80
TÓPICOS ESPECIAIS EM MULHERES E LIDERANÇA	80
ESTÉTICA E ARTE NA COMUNICAÇÃO	80
DIREÇÃO DE ARTE	80
LINGUAGEM, NARRATIVA E ESCRITA	80
MARKETING DE RELACIONAMENTO	80



As **eletivas** propostas e ministradas para o curso de Publicidade e Propaganda estão **presentes no Anexo I do PPC**, juntamente com o **ementário** de todas as disciplinas. Ao longo do tempo, cabe ao NDE do curso, juntamente com o corpo docente e o Colegiado, definirem possíveis novas disciplinas eletivas a depender da demanda do corpo discente e do mercado de trabalho, bem como a atualização da estrutura curricular.

Desta maneira, o curso conta com **1.920** (mil e novecentas e vinte) horas de componentes curriculares obrigatórias e **480** (quatrocentas e oitenta) horas de componentes curriculares eletivos e **160** (cento e sessenta) horas de TCC, totalizando **2.560** (duas mil quinhentos e sessenta) horas de componentes curriculares totais. Além disso, o curso conta com **330** (trezentas e trinta) horas de Atividades Extracurriculares e **360** (trezentas e sessenta) horas de extensão, totalizando **3.250** (três mil duzentas e cinquenta) **horas totais**.

Ressalta-se também o caráter multifacetado do curso de Publicidade e Propaganda, destacando-se o perfil social/humano, estratégico, criativo, tecnológico, inovador e empreendedor do trabalho publicitário, conforme destacado no Parecer do CNE/CES sobre as DCN mais atual do curso. Questões envolvendo impacto social/humano, criatividade, estratégia e empreendedorismo e inovação estão presentes no curso, conforme destacado na tabela 2.

Destaca-se também o respeito à DCN mais atual do curso de Publicidade e Propaganda, onde as disciplinas se enquadram nos eixos Ético-humanística, Comunicação e Publicidade e Propaganda.

Tabela 3: Matriz Curricular do curso e carga horária

Matriz Curricular				
1º semestre				
	Teórico	Prático	Extensão	Total
Marketing Digital e Mídias Sociais	40	40		80
Copywriting e Escrita Criativa	40	40		80
Fundamentos de Marketing	80			80
Teorias da Comunicação	80			80
Agência Experimental de Marketing I			60	60
TOTAL	240	80	60	380
2º semestre				
Estratégia Digital	80			80
Consumer Insights e Pesquisa de Mercado	40	40		80
Design Gráfico e Criação Publicitária	40	40		80
História da Publicidade e Propaganda	80			80
Agência Experimental de Marketing II			60	60
TOTAL	240	80	60	380
3º semestre				
Fotografia Publicitária	40	40		80



Produção, Captação e Edição de Vídeos	40	40		80
Produção, Captação e Edição Sonora	40	40		80
Roteiro, Storytelling e Filme Publicitário	40	40		80
Agência Experimental de Marketing III			60	60
<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>60</b>	<b>380</b>
<b>4º semestre</b>				
Data Science para Marketing I	80			80
UX/UI Design	60	20		80
Marketing Digital e Alta Performance	60	20		80
Neurociência, Consumo e Marketing	80			80
Agência Experimental de Marketing IV			60	60
<b>TOTAL</b>	<b>280</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>380</b>
<b>5º semestre</b>				
Data Science para Marketing II	80			80
Design Thinking para Criatividade e Inovação	60	20		80
Branding, Marketing e Growth	60	20		80
Gestão de Crise e RP	80			80
Agência Experimental de Marketing V			60	60
<b>TOTAL</b>	<b>280</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>380</b>
<b>6º semestre</b>				
Data Science para Marketing III	80			80
Gestão de Projetos e Métodos Ágeis	60	20		80
Liderança, Gestão de Equipe e Motivação	80			80
Empreendedorismo e Inovação	80			80
Agência Experimental de Marketing VI			60	60
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>280</b>
<b>7º semestre</b>				
TCC I	40	40		80
Disciplina eletiva	40	40		80
Disciplina eletiva	40	40		80
Disciplina eletiva	80			80
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>120</b>		<b>320</b>
<b>8º semestre</b>				
TCC II	40	40		80
Disciplina eletiva	40	40		80
Disciplina eletiva	40	40		80
Disciplina eletiva	80			80
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>120</b>		<b>320</b>
<b>Componentes Curriculares Eletivos</b>				
Componente curricular				CH
Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS				80
Ética, Cultura e Consumo Consciente				80
Comunicação Organizacional				80
Comunicação e Gênero				80
Gerenciamento de Contas				80



Cinema Brasileiro	80	
Pensamento Social e Político Brasileiro	80	
Pesquisa em Marketing	80	
Inteligência Artificial e Machine Learning I	80	
Inteligência Artificial e Machine Learning II	80	
Tópicos Especiais em Mulheres e Liderança	80	
Estética e Arte na Comunicação	80	
Direção de Arte	80	
Linguagem, Narrativa e Escrita	80	
Marketing de Relacionamento	80	
<b>Quadro Resumo da Carga Horária Total do Curso</b>		
Componentes Curriculares	CH (horas)	%
Teórico-práticos Obrigatórios	1920	59
Teórico-práticos Eletivos	480	15
Extensão	360	11
Trabalho de conclusão de curso (TCC)	160	5
Atividades Complementares	330	10
<b>TOTAL</b>	<b>3250</b>	<b>100</b>

## 2.8. Metodologia

A metodologia adotada no Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda atende ao desenvolvimento de conteúdos, às estratégias de aprendizagem, ao contínuo acompanhamento das atividades, à acessibilidade metodológica e à autonomia do discente, coaduna-se com práticas pedagógicas que estimulam a ação discente em uma relação teoria-prática, e é claramente inovadora e embasada em recursos que proporcionam aprendizagens diferenciadas dentro da área.

O IDP utiliza, no desenvolvimento dos seus cursos, metodologias ativas e interativas, centradas no aluno, voltadas para o seu desenvolvimento intelectual, autônomo e para a ênfase no desenvolvimento das capacidades de “aprender a conhecer”, “aprender a fazer”, “aprender a conviver” e “aprender a ser”.

Nessa perspectiva, **os alunos passam à condição de sujeitos ativos de sua própria aprendizagem**, adquirindo conhecimentos de forma significativa pelo contato com metodologias de ensino voltadas para a construção de competências vinculadas ao raciocínio e à reflexão analítico-crítica. O professor, por outro lado, passa a desempenhar o papel de guia incentivador, garantindo situações que estimulem a participação ativa do aluno no ato de aprender; e de orientador, auxiliando na construção do seu próprio conhecimento.

O Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda do IDP prevê uma arquitetura pedagógica que fomenta uma aprendizagem ativa fundamentada no **protagonismo e no desenvolvimento da autonomia discente nos processos de construção do conhecimento ao longo de sua**



**formação acadêmica.** As atividades pautadas na interação, trocas de experiências e colaboração entre os discentes é um aspecto fundamental no contexto de uma educação jurídica em um mundo complexo, globalizado e com constantes inovações. Assim, merecem destaque os seguintes princípios metodológicos adotados no desenvolvimento de seus cursos:

- I. **Interdisciplinaridade:** como estratégia de abordagem e tratamento do conhecimento em que duas ou mais unidades curriculares ofertadas simultaneamente estabelecem relações de análise e interpretação de conteúdo, com o fim de propiciar condições de apropriação, pelo discente, de um conhecimento mais abrangente e contextualizado. A integração disciplinar possibilita análise dos objetos de estudo sob diversos olhares, constituindo-se questionamentos permanentes que permitam a criação e cocriação do conhecimento.
- II. **Formação profissional para a cidadania:** o IDP tem o compromisso de desenvolver o espírito crítico e a autonomia intelectual, para que, por intermédio do questionamento permanente dos fatos, o profissional possa contribuir para o atendimento das necessidades sociais. A IES promove ações institucionais voltadas para o desenvolvimento econômico e social da região onde está inserida. Para tanto, estabelece parcerias que possam incentivar o desenvolvimento econômico e social da região onde está inserida, objetivando o desenvolvimento econômico regional, melhoria da infraestrutura urbana/local, melhoria da qualidade de vida da população e projetos/ações de inovação;
- III. **Estímulo à autonomia intelectual:** autonomia significa ser autor da própria fala e do próprio agir, sendo coerente na integração do conhecimento com a ação. O desenvolvimento de uma postura investigativa por parte do estudante é fundamental para que construa sua autonomia intelectual e profissional;
- IV. **Responsabilidade, compromisso e solidariedade social:** a compreensão da realidade social e o estímulo à solidariedade social devem constituir o ponto integrador das ações de extensão vinculadas aos cursos.

As estratégias de ensino são cuidadosamente selecionadas e planejadas, de modo a propiciar situações que: viabilizem posicionamentos críticos; proponham problemas e questões, como pontos de partida para discussões; evidenciem a relevância de um problema por sua capacidade de propiciar o saber pensar, não se reduzindo, assim, à aplicação mecânica de fórmulas feitas; provoquem a necessidade de busca de informação; enfatizem a manipulação do conhecimento, não a sua aquisição; otimizem a argumentação e a contra argumentação para a comprovação de pontos de vista; dissolvam receitas prontas, criando oportunidades para tentativas e erros; desmistifiquem o erro, desencadeando a preocupação com a provisoriedade do conhecimento, a necessidade de formulação de argumentações mais sólidas; tratem o conhecimento como um processo, tendo em vista que ele deve ser retomado, superado e transformado em novos conhecimentos.

Cabe considerar também que o atual universo tecnológico, digital e em rede permite a convergência de mídias para relacionar conhecimentos de diferentes disciplinas (interdisciplinaridade) para apoiar no desenvolvimento de conhecimentos de maneira cada vez mais inovadora. Para que o princípio da indissociabilidade entre ensino, iniciação científica e extensão se torne efetivo é preciso assumir que nenhuma dessas três funções tenha



precedência, importância ou subordinação em relação às demais, pressupondo-se o estabelecimento de relações de interdependência entre elas.

Destaca-se a seguir os referenciais que norteiam a abordagem pedagógica para o curso:

- I. **Foco na aprendizagem:** atividades síncronas e assíncronas desenvolvidas e mediadas por docentes tutores; conteúdos e atividades estruturados com foco no estudante; promoção de feedbacks contínuo nas atividades ao longo do curso.
- II. **Desenvolvimento da autonomia:** as ações educativas visam o desenvolvimento da autonomia discentes, para uma aprendizagem significativa e crítica; valorização das experiências estimuladoras advindas das tomadas de decisão e que permitem ao estudante assumir a responsabilidade por sua aprendizagem;
- III. **Metodologias ativas:** concepção de atividades que utilizem abordagens pedagógicas ativas, tais como aprendizagem por pares, sala de aula invertida, aprendizagem baseada em projetos e aprendizagem baseada em problemas; relacionar conhecimentos teóricos e práticos, a fim de promover um pensamento crítico em variados contextos jurídicos.
- IV. **Construção colaborativa do conhecimento:** valorização das trocas de conhecimentos entre discentes e da efetiva participação virtual ao longo do curso; criação de situações problematizadoras que provoquem debates e discussões.

Destaca-se a seguir os referenciais que norteiam a abordagem pedagógica para o curso:





Foco na Aprendizagem	Desenvolvimento da Autonomia	Metodologias Ativas	Construção Colaborativa do Conhecimento
<p>Atividades presenciais e online (síncronas e/ou assíncronas), mediadas pelo corpo docente do Instituto, e envolvendo entidades da sociedade.</p> <p>Conteúdos e atividades estruturados com foco no estudante considerando as especificidades da aprendizagem na modalidade a distância.</p> <p>Promoção de feedbacks contínuo nas atividades ao longo do curso.</p>	<p>As ações educativas visam o desenvolvimento da autonomia discentes, para uma aprendizagem significativa e crítica.</p> <p>Valorização das experiências estimuladoras advindas das tomadas de decisão e que permitem ao estudante assumir a responsabilidade por sua aprendizagem.</p>	<p>Concepção de atividades que utilizem abordagens pedagógicas ativas, tais como aprendizagem por pares, sala de aula invertida, aprendizagem baseada em projetos e aprendizagem baseada em problemas.</p> <p>Relacionar conhecimentos teóricos e práticos, a fim de promover um pensamento crítico em variados contextos.</p>	<p>Valorização das trocas de conhecimentos entre discentes e da efetiva participação virtual ao longo do curso.</p> <p>Criação de situações problematizadoras que provoquem debates e discussões.</p>

Figura 3: Eixos norteadores da Abordagem Pedagógica

### 2.8.1. Estágio Curricular Supervisionado

Em atendimento às **Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Publicidade e Propaganda (Resolução CNE/CES nº 16/2002 e os Pareceres CNE/CES nº 492/2001 e nº 1.363/2001) e com a Parecer CNE/CES nº 146 de 2020** em mente, onde a previsão da obrigatoriedade do estágio curricular é de opção da Instituição de Educação Superior, o Estágio Curricular Supervisionado do Curso de Publicidade do IDP não é componente obrigatório para a obtenção do título de graduado em Publicidade e Propaganda.

Tal opção é tomada frente ao exposto por diversos gestores de cursos no Parecer CNE/CES nº 146 de 2020, como extraído do próprio documento: “No próprio MEC, há um posicionamento favorável à indicação da ausência de estágio obrigatório, cuja inclusão deve ocorrer apenas no caso de estar previsto no Projeto Pedagógico do Curso”.



## 2.8.2. Atividades Complementares

As Atividades Complementares estão institucionalizadas e consideram a carga horária (330 horas), a diversidade de atividades e de formas de aproveitamento, a aderência à formação geral e específica do discente e a existência de mecanismos comprovadamente exitosos ou inovadores na sua regulação, gestão e aproveitamento

Em harmonia com o objetivo institucional de promover a constante modernização do método de ensino adotado no Brasil, e mais especificamente nos cursos de ensino superior de Publicidade e Propaganda, as atividades complementares do curso foram desenvolvidas com o propósito de promover a constante reinvenção criativa do processo de ensino-aprendizagem e, em última instância, proporcionar aos estudantes oportunidades diversas da construção de sua trajetória formativa.

As Atividades Complementares são concebidas para propiciar ao aluno a oportunidade de realizar, em prolongamento às demais atividades da matriz curricular, uma parte de sua trajetória de forma autônoma e particular, com conteúdo diverso que lhes permitam complementar o conhecimento propiciado pelo curso de graduação. Assim sendo, são componentes curriculares enriquecedores e implementadores do perfil do egresso, aderentes à formação geral e específica do discente, que possibilitam o reconhecimento, por avaliação de habilidades, conhecimento e competência do aluno, inclusive adquirida fora do ambiente acadêmico, incluindo a prática de estudos e atividades independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, especialmente nas relações com o mercado de trabalho e com as ações de extensão junto à comunidade.

As Atividades Complementares do Curso de Publicidade do IDP contabilizam uma **carga horária mínima 330 horas**, o que equivale a aproximadamente 10% da carga horária total do curso. As atividades complementares estarão descritas no Regulamento das Atividades Complementares, elaborado pelo NDE do curso, que lista as atividades relacionadas ao ensino, pesquisa, extensão e representação estudantil que podem ser validadas como atividades complementares e estabelece os procedimentos e recursos necessários ao aproveitamento de tais atividades pelo discente.

O Regulamento das Atividades Complementares, administrado pelo Coordenador de Pesquisa e Extensão, prevê que podem ser validadas as seguintes atividades relacionadas ao ensino, pesquisa, extensão e representação estudantil, desde que alinhadas ao perfil de formação geral e específica do discente (aderentes à formação geral e específica do discente):

- Extensão Universitária: seminários, cursos de extensão realizados pelo IDP ou por outras instituições de ensino, conferências, palestras e ciclos de palestras, oficinas e encontros de caráter científico, comparecimento a defesas de monografia, dissertações e teses;
- Atividades de monitoria: monitoria em disciplinas da matriz curricular do curso de graduação em Publicidade ou outros cursos correlatos do IDP;
- Atividades de pesquisa: pesquisas realizadas sob a orientação de docentes, com ou sem apoio financeiro, publicação de resenhas, resumos de artigos ou artigos científicos resultados de pesquisas;



- Núcleos e Grupos de estudo: participação em atividades dos Núcleos Temáticos e projetos de extensão, grupos de estudo e grupos de pesquisa sob supervisão de docente do IDP;
- Prestação de serviços à comunidade: prestação de serviços à comunidade, promovidos pelo IDP, gestão de entidade de natureza sociopolítico-cultural ou acadêmica;
- Disciplinas cursadas em outras instituições: disciplinas cursadas em outras instituições de ensino, nacionais ou internacionais, não correspondentes à grade do Curso de Publicidade e Propaganda do IDP, além de cursos de língua estrangeira;
- Estágio e atividades profissionais: estágio supervisionado remunerado, que não seja o estágio obrigatório e atividade de trabalho junto à Empresas Juniores do IDP. O estágio supervisionado deve ser realizado especialmente sob os seguintes critérios: seja supervisionado por docente do Curso com formação em Publicidade e Propaganda, o qual exercerá mediação da avaliação do estágio do discente junto aos representantes/responsáveis por tal atividade na empresa concedente; e tenha aplicação de mecanismos efetivos de orientação e avaliação pela IES e pelas entidades concedentes;
- Visitas técnicas: visitas técnicas, previamente autorizadas pela Coordenação e acompanhadas por docente do Curso de Graduação em Publicidade;
- Apresentação de seminários: participação, como palestrante ou expositor, em eventos relacionados à área de Comunicação, ou área correlata.

Além de ser um requisito específico a ser observado a posteriori no aproveitamento das atividades complementares, a aderência à formação geral e específica do discente já é assegurada a priori, a partir dos recortes temáticos das atividades previstas em cada grupo, como, por exemplo, as atividades de publicação em jornais e revistas relacionadas à área de Publicidade e Propaganda; de realização de estágio extracurricular não obrigatório; entre outras.

Deve-se registrar que o Regulamento das Atividades Complementares estabelece limites máximos de horas aproveitadas em cada grupo e subgrupo, com o objetivo de incentivar a diversificação das atividades complementares no itinerário formativo do discente.

Com o objetivo de facilitar a vida acadêmica do discente, desenvolveu-se solução inovadora de regulação, gestão e aproveitamento de atividades complementares no Portal do Aluno, no qual existe a possibilidade de submissão, gestão, acompanhamento e validação em tempo real das solicitações de aproveitamento. A possibilidade de gestão das atividades complementares no próprio Portal do Aluno utilizado pelo estudante em suas atividades cotidianas é uma importante inovação de gestão, que otimiza o processo de aproveitamento das atividades complementares pelos estudantes.

Destaca-se também a criação e desenvolvimento da **Empresa Júnior Setevirgulatres**, criada em 2021 e com ativa desde então. Conforme sugerido no Parecer CNE/CES número 146/2020, a coordenação do curso atua ativamente no estímulo ao desenvolvimento da empresa júnior, bem como a atividades complementares desenvolvidas pelos próprios estudantes ao longo de sua vivência acadêmica.



### 2.8.3. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

O Trabalho de Conclusão de Curso está institucionalizado e considera carga horária, formas de apresentação, orientação e coordenação, a divulgação de manuais atualizados de apoio à produção dos trabalhos e a disponibilização dos TCC em repositórios institucionais próprios, acessíveis pela internet.

Um dos objetivos principais dos cursos de graduação em Publicidade e Propaganda do IDP é a formação de egressos capazes de articular uma sólida base teórica e técnica com uma ampla vivência dos desafios e problemas da prática profissional. A combinação entre um firme e amplo arcabouço conceitual com a consciência das demandas da sociedade contemporânea permitem o desenvolvimento de soluções criativas a partir da utilização de um instrumental técnico atualizado. Nesse contexto, o Trabalho de Conclusão de Curso constitui um dos pontos centrais do percurso formativo trilhado pelos discentes no âmbito dos cursos de graduação da IES.

Assim sendo, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), atividade de cunho obrigatório, deve ser desenvolvido de forma a estimular a capacidade crítica, articular diferentes campos do conhecimento, enfrentar problemas sociais e aplicar as experiências acumuladas ao longo do curso com atividades de pesquisa e extensão. Acima de tudo, o Trabalho de Conclusão de Curso deve funcionar como um momento no qual questões teóricas e problemas práticos se combinam, representando a culminância de toda a experiência desenvolvida ao longo dos vários anos de formação discente. Para tanto, o graduando deverá desenvolver, no âmbito do TCC, projeto sobre um tema delimitado, sob a supervisão de um integrante do corpo docente do IDP. O TCC volta-se a consolidar e documentar – de forma integrada – os conhecimentos, as competências e as habilidades adquiridas pelo aluno ao longo da graduação, unificando a abordagem teórica com o enfoque prático.

Em correspondência com o perfil do egresso dos cursos de graduação do IDP, Com as DCNs dos cursos de Comunicação Social e com o Parecer CNE/CES número 146 de 2020, o trabalho de conclusão de curso será dedicado à pesquisa sistemática e aplicada e ao enfrentamento dissertativo e analítico de problemas econômicos, sociais, tecnológicos e políticos. Para tanto, o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso compreende a orientação por docentes preparados, a pesquisa empírica e teórica, o amadurecimento por meio da discussão com colegas, a defesa das ideias em apresentações orais, a submissão de relatórios periódicos e a sistematização do processo investigativo e dos resultados em um documento final público.

No âmbito dos cursos de graduação do IDP, o trabalho de conclusão de curso não se limita ao tradicional modelo de dissertação monográfica, que não endereça mais as complexidades da realidade contemporânea do aprendizado e nem responde às ambições acadêmicas dos alunos. Nesse sentido, o Trabalho de Conclusão de Curso proposto pelo curso é baseado no sistema de projeto Capstone, uma abordagem mais ampla do que uma monografia dissertativa, entendendo o trabalho de conclusão de curso como uma tarefa multifacetada, que recopile e culmine a experiência acadêmica e profissional dos formandos. São projetos de pesquisa de longo alcance cujo resultado pode assumir diferentes formatos, como um produto ou serviço,



uma apresentação argumentativa, um projeto de intervenção na sociedade ou um plano de ação.

Para a elaboração do trabalho de conclusão de curso, os estudantes deverão selecionar um tópico ou problema do seu interesse, à luz do repertório teórico-conceitual-prático que aprenderam ao longo do curso de Publicidade, deverão conduzir uma pesquisa aprofundada demonstrando sua capacidade de execução de métodos e metodologias de pesquisa e domínio sobre o assunto selecionado. Com isso, procura-se a entrega de um portfólio de resultados com os quais deverá se criar um produto que demonstre a aquisição e domínio ao mobilizar e executar conceitos, teorias e observações de pesquisa, fazer uma apresentação oral sobre o projeto e os resultados a um painel de professores, experts e membros da comunidade que coletivamente avaliarão o trabalho.

O trabalho de conclusão de curso é desenvolvido ao longo de dois semestres letivos. Esse percurso é desenhado de forma a que o aluno ative as seguintes habilidades e competências:

- I. Identificar, a partir da observação empírica e do estudo teórico, problemas relevantes tanto para a sua comunidade local quanto para a sociedade global;
- II. Selecionar uma metodologia científica adequada para o problema a ser enfrentado;
- III. Comunicar suas ideias pela via oral e pela via escrita em um ambiente acadêmico, de acordo com as normas e expectativas existentes no seu campo de conhecimento;
- IV. Planejar e estruturar projetos de longo prazo em um cronograma realista e efetivo, apresentando relatórios parciais acerca das diferentes fases do projeto;
- V. Trabalhar em equipe, recebendo de forma produtiva o feedback dado pelos orientadores, colegas e demais integrantes da comunidade acadêmica;
- VI. Realizar apresentações que combinem solidez acadêmica, rigor técnico, atratividade visual, engajamento e convencimento da audiência.

Ao longo de todo o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso, o discente será acompanhado de um docente que exercerá a função de orientador, que tem como atribuições:

- I. Auxiliar o aluno na definição do problema da pesquisa e na seleção da metodologia aplicável para seu enfrentamento;
- II. Contribuir para a pesquisa com a indicação de bibliografia útil;
- III. Motivar o discente ao longo de sua jornada de pesquisa;
- IV. Fomentar a participação do aluno em eventos científicos que contribuam para o amadurecimento da pesquisa;
- V. Prestar auxílio psicológico ao discente, ajudando na superação dos obstáculos emocionais inerentes a esse tipo de trabalho.

O desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso ocorrerá em três etapas:

- I. **TCC 1:** disciplina introdutória ao contexto de pesquisa e ciência, abordando temas como epistemologia, importância da ciência e da pesquisa aplicada na comunicação e na sociedade; além disso, inicia-se aqui o processo de questionamento científico, através da formulação de objetivos e perguntas de pesquisa; desenho de pesquisa: voltada para a definição do problema de pesquisa, delimitação do marco teórico, seleção de um docente orientador, amadurecimento do projeto por meio do debate



com colegas, formulação do desenho inicial e planejamento do cronograma das entregas parciais. Também são apresentadas as técnicas e estratégias de pesquisa aplicada e redação de projetos.

- II. **TCC 2:** Elaboração e defesa da pesquisa: essa etapa volta-se exclusivamente para a produção e apresentação do trabalho de conclusão de curso, com encontros periódicos com o docente orientador.

O produto final do Trabalho de Conclusão de Curso observa o disposto no Parecer CNE/CES nº 146 de 2020, que define duas modalidades de trabalho:

- I. Trabalho monográfico de Conclusão de Curso, elaborado individualmente, podendo versar sobre tema específico de Publicidade e Propaganda ou estudos do campo da comunicação;
- II. Trabalho específico/prático, produtos pilotos comunicacionais de propagabilidade e visibilidade de pessoas, causas, produtos, serviços ou corporações; campanhas institucionais, promocionais; ações comunicacionais para marcas produtos, serviços e corporações, elaborados em grupo.

Ainda em respeito ao Parecer citado, as etapas de construção do TCC do curso de Publicidade e Propaganda possuem carga horária de 160 horas, distribuídas em aula expositiva e orientação. Cada docente orientador poderá mentorear até três trabalhos por semestre, independente da modalidade de trabalho.

O trabalho de conclusão de curso será avaliado por uma banca examinadora em uma sessão solene. Após essa apresentação, a banca examinadora – composta por pelo menos três docentes, sendo um deles o docente orientador – fará questionamentos, observações e sugestões de aperfeiçoamento. A sessão será pública e aberta para a comunidade acadêmica.

A realização do Trabalho de Conclusão de Curso será coordenada por um dos membros do NDE, denominado Coordenador de TCC, que será responsável por mediar a relação entre corpo docente e discente, a fim de alinhar interesses de temas e pesquisas; definir o número de alunos orientados por cada professor; ser responsável por receber os pedidos de marcação de bancas de defesa; entre outros.

#### II.8.4. Apoio à Pesquisa

O IDP conta com o CEPES, Centro de Pesquisa, como centro institucional de apoio à participação docente e discente em atividades de pesquisa. O CEPES conta com editais semestrais de bolsas de iniciação científica, apoio financeiro a grupos de pesquisa e apoios eventuais a grupos de estudo.

Além disso, o CEPES também realiza editais de apoio a participação em eventos e congressos por parte dos alunos e professores, em forma de pagamento de bolsa ou reembolso. Destaca-se no âmbito do curso de Publicidade e Propaganda a existência do DataJor, grupo de pesquisa registrado no CNPQ na área de Comunicação, com encontros recorrentes durante o ano letivo.



Projetos de pesquisa atuais:

- 1) Datajor
  - a. Coordenadora: Taís Seibt
  - b. Objetivo principal: O grupo de pesquisa Datajor tem como principal objetivo investigar e promover o avanço do jornalismo de dados e sua interseção com a comunicação social. Por meio de análises críticas e práticas inovadoras, busca-se compreender como a crescente disponibilidade de dados impacta a produção, distribuição e recepção de informações na era digital. Ao explorar técnicas de coleta, análise e visualização de dados aplicadas ao jornalismo, o Datajor visa aprimorar a qualidade e a relevância das narrativas jornalísticas, bem como promover a transparência e a participação cidadã na esfera pública.
  - c. Acesso: <https://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/735714>
  
- 2) Infomoda
  - a. Coordenadora: Suelem Barroso
  - b. Objetivo principal: O grupo de estudos Infomoda concentra seus esforços na investigação aprofundada do mercado da moda. Seu objetivo principal é analisar as dinâmicas, tendências e influências que moldam a indústria da moda contemporânea. Por meio de uma abordagem interdisciplinar, o Infomoda busca compreender os aspectos culturais, econômicos, sociais e tecnológicos que permeiam esse setor tão dinâmico. Ao examinar desde a produção até o consumo de moda, o grupo visa fornecer insights valiosos para profissionais da área, pesquisadores e consumidores interessados, contribuindo assim para uma compreensão mais abrangente e crítica desse universo multifacetado.
  - c. Acesso: não há.

## II.9. Apoio ao Discente

Com o objetivo de proporcionar o desenvolvimento do aluno ao longo do curso, o presente PPC prevê o seguinte conjunto de políticas institucionais permanentes de apoio ao discente: programa de ambientação e acolhimento dos novos alunos, operacionalizado em forma de Semana de Integração do IDP; apoio a permanência; promoção de acessibilidade metodológica para realização do curso; monitorias institucionais de acompanhamento do desenvolvimento do aprendiz; cursos de nivelamento; central de estágios; núcleo de apoio psicopedagógico; incentivo às atividades do centro acadêmico; convênios de intercâmbios nacionais e internacionais **e ações inovadoras voltadas à preparação do discente para ingresso no mercado de trabalho, por meio do núcleo de carreira discente.**

Quanto às **ações de acolhimento e permanência**, considerando a importância em promover a integração e assimilação da cultura e da vida acadêmica aos alunos ingressantes, assim como necessidade de integrar o aluno ingressante com o ambiente acadêmico apresentando o



funcionamento da Instituição, o IDP - BSB criou um programa específico de ambientação e acolhimento de novos alunos. Essa iniciativa ocorre durante a primeira semana do calendário escolar e tem como objetivos desenvolver ações que propiciem um diálogo intercultural na comunidade acadêmica; oferecer acolhimento, informações, socialização, solidariedade e conscientização aos alunos ingressantes; integrar o aluno ingressante no ambiente acadêmico, promovendo o contato com professores e alunos veteranos e com as informações sobre o funcionamento do IDP e dos cursos, dos projetos de pesquisa e dos programas de formação continuada. Há a participação de entidades acadêmicas/estudantis nesse programa, o que favorece a integração entre os discentes.

Uma vez que a saída do Ensino Médio e o ingresso no Ensino Superior ocasiona um certo estranhamento inicial na maioria dos jovens alunos, o Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda prevê ações de acompanhamento de aprendizagem ao longo de todo o curso pela Monitoria Institucional de acompanhamento do desenvolvimento do aprendiz.

Essa iniciativa fundamenta-se no fato de que a mudança no formato de ensino é sentida de forma muito patente pelos alunos ingressantes, os quais notam diferenças significativas em diversas searas, tais como (I) a duração das aulas (no Ensino Médio, geralmente de 50min, ao passo que no Ensino Superior, usualmente, são de 1h40); (II) as comunicações frequentes de conteúdo entre as disciplinas - embora abordadas de forma distintas - bem como a sistematização das matérias no fluxograma do curso; (III) as avaliações nunca antes realizadas por serem conteúdos até então jamais aprendidos; (IV) o funcionamento de Instituição de Ensino Superior, seus institutos e terminologias (exemplos: “trancamento de disciplina”, “trancamento de matrícula”, “disciplina com pré-requisito”, “atividades complementares”, “centro acadêmico” etc.).

Tais diferenças podem ser mal compreendidas, tornando-se elementos desmotivadores em relação à Graduação em Publicidade e Propaganda e a qualquer curso de ensino superior, quiçá motivos para desistência do curso. Com o intuito de tornar a transição do Ensino Médio para o Ensino Superior mais orgânica, bem como proporcionar ao aluno um acompanhamento acadêmico qualificado desde o início do curso, a monitoria institucional busca prover aos discentes todo o suporte educacional e institucional necessário para além da relação convencional professor-aluno.

A Monitoria Institucional é executada por alunos já aprovados com recomendação docente nas respectivas disciplinas, escalados para realizarem um acompanhamento dos alunos e alunas da instituição de forma individualizada e humanizada. A monitoria segue curso durante um semestre, e é quantificada em horas complementares ao monitor. As atividades de monitoria são definidas e acompanhadas pelos professores da respectiva disciplina. A monitoria institucional está mais detalhadamente descrita na sessão a seguir.

Para todas as necessidades ou demandas acadêmicas dos discentes, existem os canais de comunicação institucional de aplicativo de mensagens e do e-mail da coordenação. A Coordenação Acadêmica se reúne regularmente com a equipe dos monitores e monitoras institucionais, a fim de ficar a par das necessidades dos discentes e poder atendê-los com maior acuidade.





Considerando a possibilidade de lacunas de formação dos ingressantes que possam prejudicar o desenvolvimento da trajetória formativa dos discentes, o Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade prevê um conjunto de atividades formativas gratuitas a serem ofertadas ao longo do curso. Além disso, são disponibilizados cursos específicos e atividades complementares de nivelamento aos discentes, por meio dos quais são oferecidas oportunidades para revisão e aprofundamento de conteúdos essenciais à formação pretendida ao longo do curso, como leitura e produção de textos, formação básica em ferramentas tecnológicas, conhecimentos gerais, entre outros.

Dada a diversidade e complexidade das relações sociais, familiares, pessoais e profissionais que fazem parte do cotidiano dos estudantes de graduação e das incertezas e inseguranças observadas nessa etapa da vida, que podem impactar negativamente no desenvolvimento e continuidade dos estudos, os discentes do Curso de Publicidade e Propaganda do IDP dispõem do apoio psicopedagógico especializado realizado pelo Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP). O NAP tem o objetivo de desenvolver um trabalho de aconselhamento e apoio psicopedagógico voltado à preservação da saúde psicoemocional dos discentes.

Além do atendimento individualizado dos estudantes com necessidade de cuidado emocional, o NAP promove regularmente palestras e seminários sobre a importância do autocuidado e da saúde emocional ao longo do curso e ações de comunicação voltadas à prevenção da prática de atos de violência emocional e intimidação no ambiente estudantil.

O IDP dispõe de um amplo e ativo conjunto de políticas institucionais de inserção nacional e internacional que são mais um exemplo das diversas oportunidades formativas dos discentes do Curso de Graduação em Publicidade.

Desde 2009 o IDP celebra convênios nacionais e internacionais de intercâmbio, com a intenção de expandir e aprofundar suas atividades acadêmicas. As atividades internacionais normalmente são disponibilizadas por meio de editais específicos aos estudantes. Atualmente o IDP - BSB dispõe de 15 convênios nacionais e internacionais celebrados pela instituição.

Abaixo são listados os convênios celebrados:

- I. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Brasil;
- II. Universidade do Texas, EUA;
- III. American University, Washington College of Law (WCL), EUA;
- IV. George Mason University – Antonin Scalia Law School;
- V. University of California, Davis School of Law;
- VI. Oklahoma University;
- VII. Instituto de Ciências Jurídico Políticas da Universidade de Lisboa;
- VIII. Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa;
- IX. Universidade de Granada;
- X. Rede de Cooperação Deutsch-Lusitanische Juristenvereinigung (DLJV);
- XI. Steinbeis School of International Business and Entrepreneurship (SIBE);
- XII. École Nationale d'Administration (ENA);
- XIII. Roma Trè University - Università Degli Studi Di Roma Trè.



Quanto à **Intermediação e Acompanhamento de Estágios não Obrigatórios Remunerados**, um setor específico contido pela Central de Relacionamento organiza a documentação e operacionaliza estágios não obrigatórios na Instituição. Também apoia os Coordenadores de Curso na divulgação de oportunidades de estágio não obrigatório remunerado, e promove contato permanente com ambientes profissionais (campos de estágio) e os agentes de integração para captação de vagas, atuando na integração entre ensino e mundo do trabalho.

O corpo discente de graduação tem como **órgão de representação o Diretório Acadêmico**, regido por estatuto próprio, por ele elaborado e aprovado conforme a legislação vigente.

A representação tem por objetivo promover a cooperação da comunidade acadêmica e o aprimoramento do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), vedadas atividades de natureza político-partidária.

Compete ao Diretório Acadêmico indicar os representantes discentes, com direito a voz e voto, nos órgãos colegiados deliberativos do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), vedada a acumulação.

### II.9.1. Programa de Monitoria Institucional

O Regimento Geral do IDP estabelece que os alunos podem atuar como monitores, em cooperação com o corpo docente e sob a responsabilidade e orientação das Coordenações, o que não cria vínculo empregatício. Regulamentadas e institucionalizadas, as monitorias ocorrem tanto na graduação quanto na especialização.

O programa de monitoria se destina a aluno que tem interesse e aptidão para a docência e deseja experimentar atividades nesta carreira. Ao monitor cabe auxiliar o professor titular da disciplina nas atividades didático-pedagógicas, competindo-lhe:

- I. Esclarecer e assistir aos professores quanto à utilização dos recursos midiáticos do IDP e rotina de aulas da turma;
- II. Intermediar a turma e o professor, inclusive pela disponibilização do material de leitura indicado;
- III. Criar e manter fórum de discussão, se houver, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA da turma;
- IV. Receber sugestões dos alunos para o professor e para toda a Instituição, com vistas ao aperfeiçoamento das aulas;
- V. Reforçar a divulgação e a realização dos eventos acadêmicos promovidos pelo IDP - BSB e dos de outras instituições que sejam de interesse da turma;
- VI. Realizar, corrigir e refazer listas de exercícios, tarefas, testes e provas passadas pelos professores;
- VII. Motivar a turma para a avaliação docente.

No âmbito da Graduação, o monitor deve ter em seu histórico **aprovação com no mínimo nota 7,0 (sete) na disciplina à qual se candidatou**. O aluno também deve apenas atuar na monitoria



em **uma disciplina por semestre**. Ao fim da monitoria o aluno faz jus a horas de atividades complementares, na ordem de 1/3 (um terço) da carga-horária da disciplina.

## II.9.2. Programas de Apoio Financeiro

As ações têm como objetivo ampliar o acesso ao ensino superior e reduzir números de evasão que se relacionem com fatores socioeconômicos. O IDP já aderiu ao Programa Universidade para Todos, ProUni, programa criado pela MP nº 213/2004, institucionalizado pela Lei nº 11.096 de 13 de janeiro de 2005, o qual se revela como mecanismo de inserção e manutenção de alunos de baixa renda sem diploma de nível superior em seu corpo discente. O Programa tem como finalidade a concessão de bolsas de estudos integrais e parciais a estudantes de baixa renda, em cursos de graduação, em instituições privadas de educação superior, oferecendo, em contrapartida, isenção de alguns tributos àquelas que aderirem ao programa. A Instituição também implantou a Comissão Local de Acompanhamento e Controle Social (COLAPS), conforme disposto na Portaria MEC nº 1.132/2009.

Além disso, o IDP providenciou o seu cadastro no Programa de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior - FIES, permitindo que os seus alunos possam ser beneficiados com o financiamento concedido.

A IES também implementa o Programa Começar de Novo, instituído por meio da Resolução nº96 do Conselho Nacional de Justiça. O programa oferece bolsas integrais para presos e egressos do sistema prisional, contribuindo para a reinserção social e qualificação profissional destes.

Também se desenvolve uma política de apoio aos alunos carentes. Por meio de várias ações, a Instituição continuará facilitando a permanência, a continuidade de estudos de seus alunos mediante um plano de incentivos financeiros, que abrange uma política de concessão de bolsas de estudos e descontos diversos. Neste caso, os descontos e benefícios concedidos pela Instituição serão vinculados ao desempenho acadêmico do aluno e de regras próprias para cada caso.

Por meio de convênios institucionais firmados pelo IDP, a instituição oferece diversos descontos a funcionários e associados às instituições conveniadas para os cursos de extensão presenciais e para cursos de pós-graduação lato sensu.

As parcerias internacionais estabelecidas pelo IDP contemplarão a disponibilização de bolsas de pesquisa e iniciação científica para a comunidade acadêmica, como PROIC e PIBIC.

## II.9.3. Apoio Pedagógico e Psicopedagógico

O IDP oferece orientação acadêmica no que diz respeito à vida acadêmica e à aprendizagem. O apoio pedagógico ao discente é realizado pelos professores do curso no qual o aluno está



matriculado. O corpo docente possui carga horária reservada para atendimento extraclasse de alunos.

É oferecida ainda ao discente, ao docente e ao corpo técnico-administrativo apoio psicopedagógico que de alguma forma afetem o aprendizado ou a relação com os demais sujeitos da comunidade acadêmica, no Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP.

Portanto, a Instituição conta com um Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP, dotado do necessário regulamento, elaborado pela Direção-Geral e aprovado pelas instâncias competentes, e coordenado por um profissional devidamente habilitado, com o objetivo de desenvolver um trabalho de aconselhamento e orientação psicopedagógica para orientar os docentes e os alunos referentes a questões tanto de ordem educacionais quanto emocionais.

O Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP é um setor interdisciplinar destinado a zelar pela saúde psíquica, em seus termos cognitivos, emocionais, sociais e vocacionais, de docentes, discentes e corpo administrativo vinculados ao IDP. O Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP atua primordialmente de maneira preventiva para a devida adequação dos processos relacionados ao meio acadêmico.

São os objetivos do NAP:

- I. Promover uma reflexão sobre o processo ensino-aprendizagem e suas repercussões no cotidiano do aluno;
- II. Atender aos alunos em dificuldade de aprendizagem para diagnóstico e encaminhamento externo - caso necessário;
- III. Orientar o discente em seu processo de formação acadêmica, pessoal e profissional;
- IV. Proporcionar atendimentos breves de cunho psicopedagógico e social, com a finalidade de integração, inserção e reinserção dos discentes no âmbito acadêmico;
- V. Coletar dados relacionados às problemáticas dos discentes, com vistas a minimizar estas demandas; promover intervenções individuais, ou mesmo coletivas, a priori com recomendações de soluções para sua maior eficácia e eficiência do processo de ensino, bem como das relações interpessoais;
- VI. Contribuir para a real informação com relação aos meios e recursos à disposição do NAP e o que este Núcleo pode oferecer em quantidade e qualidade terapêuticamente para os discentes, docentes e coordenações;
- VII. Ser mediador e interventor nos problemas relacionados aos docentes, discentes e corpo administrativo, identificando o foco e propondo soluções adequadas para a resolução destes obstáculos ao ensino e aprendizagem;
- VIII. Atender ao corpo administrativo quando em situações de prejuízo nas relações laborais; atender ao corpo docente quando manifestada alguma problemática nas relações com o corpo discente ou mesmo administrativo.

O serviço de apoio psicopedagógico constitui-se como instância importante para a instituição de ensino uma vez que atua nas duas frentes principais do processo, a saber, o corpo discente e o corpo docente. Ao discente é oferecido acompanhamento das dificuldades de aprendizagem e/ou de inserção na turma, além da identificação de indícios que apontem para causas orgânicas ou emocionais que justifiquem alguma inadequação deste sujeito.



Com relação ao docente, este tem no serviço de apoio psicopedagógico a possibilidade de orientação para identificar sinais e sintomas de que o seu aluno necessita de auxílio. A identificação precoce evita a instalação de quadros de fracasso acadêmico, uma vez que possibilita que o sujeito receba, também precocemente, o apoio que pode levá-lo a lograr êxito.

Além disso, o serviço tem a proposta de oferecer formação pedagógica aos docentes a fim de que todos possam desenvolver ferramentas didáticas que lhes permita compartilhar com seus alunos o conhecimento lançando mão de estratégias criativas e inovadoras.

Também é responsabilidade do serviço de apoio psicopedagógico a inclusão dos alunos que apresentem qualquer peculiaridade que os torne diferentes dos seus pares, criando situações de dificuldade, constrangimento ou exclusão social. Nossa intervenção nesse sentido será não somente nas dificuldades do sujeito, como também nas relações estabelecidas de forma que estas sejam favoráveis ao desenvolvimento e à aprendizagem de todos, promovendo, dessa forma a equidade no ambiente acadêmico.

#### **II.9.4. Atendimento e Inclusão das Pessoas com Deficiência (PDC) / Acessibilidade Metodológica e Instrumental**

Entendendo a acessibilidade como condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida; e que a acessibilidade pressupõe não só a eliminação de barreiras arquitetônicas, mas a promoção plena de condições para acesso e permanência na educação superior para necessidades educacionais especiais; o NAP apoiado pelo corpo docente, pelos Coordenadores de Curso e pela Diretoria do IDP, deverá garantir:

- I. O Atendimento Educacional Especializado (AEE) na instituição, serviço da educação especial que identifica, elabora, e organiza recursos pedagógicos e de acessibilidade, que elimina as barreiras para a plena participação dos alunos, considerando suas necessidades específicas;
- II. A acessibilidade digital da comunidade acadêmica, ou a condição de utilização, com autonomia total ou assistida, de recursos tecnológicos.

Os Coordenadores de Curso, assessorados pelo NAP, deverão desenvolver ações que contemplem o princípio da inclusão educacional, voltadas para o atendimento às demandas acadêmicas dos estudantes com necessidades educacionais especiais. Para implementação de metodologias e recursos para atendimento educacional especializado, o IDP – BSB contará com o NAP. O apoio realizado pelo NAP ao estudante com necessidades educacionais especiais refere-se às seguintes situações:

- I. Pessoa com Deficiência ou Necessidades Educacionais Especiais, cujas deficiências são classificadas em: (a) Deficiência Física; (b) Deficiência Auditiva; (c) Deficiência Visual;



- (d) Deficiência de Comunicação, Linguagem e Fala; (e) Deficiência Intelectual; (f) Deficiência Múltipla;
- II. Pessoa com Mobilidade Reduzida.

Os estudantes que poderão se beneficiar das ações relacionadas ao atendimento educacional especializado serão todos os matriculados no IDP que se enquadrem na condição de estudante com necessidades educacionais especiais. Os estudantes com necessidades educacionais especiais terão prioridade no atendimento dos diversos serviços da Instituição

Caberá à administração superior prover condições que garantam a permanência dos estudantes com necessidades educacionais especiais nos cursos, a partir da demanda informada. As condições referem-se às responsabilidades para o atendimento de estudantes com necessidades educacionais especiais, como:

- I. Recurso didático pedagógico adaptado;
- II. Recursos de tecnologia assistiva;
- III. Acesso às dependências acadêmicas;
- IV. Pessoal docente e técnico capacitado;
- V. Serviço de apoio específico (adaptação de materiais; tradutores/intérpretes de Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS; leitor e escriba; guias-intérpretes ou pessoas capacitadas neste tipo de atendimento).

### **II.9.5. Ações Comprovadamente Exitosas ou Inovadoras - Apoio à Produção Discente**

A produção acadêmica discente é apoiada com base nas ações de iniciação científica e extensão, na medida em que permitem publicações científicas, didático-pedagógicas, tecnológicas, artísticas e culturais pelos discentes envolvidos, com financiamento institucional.

Além de um Repositório Online, o IDP possui espaço no site institucional, para divulgar a produção acadêmica de docentes e discentes da IES e de outros pesquisadores. O Caderno Virtual é uma publicação oficial que tem como objetivo proporcionar um espaço de divulgação dos trabalhos realizados pelos discentes, como também do público externo, promovendo o debate qualificado acerca de temas relevantes da pesquisa científica envolvendo o setor público.

Além do Caderno Virtual, a Instituição conta também com periódicos científicos com submissões abertas durante todo o período anual, com temas relacionados à Administração pública e privada, como a REGEN – Revista de Gestão, Economia e Negócios – e o Boletim Economia Empírica.



Da mesma forma, as obras do IDP publicam os resultados de pesquisas realizados por docentes e alunos da graduação e da pós-graduação da IES em suas Revistas Acadêmico-Científica. As publicações são pautadas pelos seguintes princípios:

- Democratização do pensamento e do espaço científico;
- Rigor metodológico;
- Veracidade dos fatos;
- Exercício do senso crítico;
- Obediência aos preceitos éticos prevalentes na sociedade;
- Relevância social dos temas, das questões e dos conteúdos.

E tem como objetivos:

- Estimular e desenvolver o intercâmbio entre pesquisadores, docentes, discentes e profissionais das diversas áreas do conhecimento;
- Estabelecer-se como canal de divulgação de estudos e progressos recentes nos campos das ciências, atendendo o seu caráter multidisciplinar;
- Divulgar a produção de conhecimento científico de docentes e discentes da Instituição e de instituições congêneres.

O IDP ainda oferece apoio financeiro e/ou logístico para a organização e participação em eventos na instituição e de âmbito local, nacional ou internacional, através de editais lançados semestralmente pelo CEPES. Incentiva também a participação dos alunos em eventos (congressos, seminários, palestras e visitas técnicas) etc., de âmbito local, nacional ou internacional, nas áreas dos cursos ministrados e envolvendo temas transversais (ética, cidadania, solidariedade, justiça social, inclusão social, meio ambiente e sustentabilidade ambiental, direitos humanos, relações étnico-raciais, história e cultura afro-brasileira e indígena, cultura etc.).

Para tanto, a Instituição divulga agenda de eventos relacionados às áreas dos cursos implantados e de temas transversais e oferecerá auxílio financeiro e/ou logístico para alunos que participarem na condição de expositor. Além disso, organiza, anualmente, eventos para a socialização, pelos alunos e pelos professores, quando for o caso, dos conteúdos e resultados tratados nos eventos de que participou.

## **II.10. Gestão do Curso e Processos de Avaliação Interna e Externa**



Considerando o objetivo institucional mais amplo de promover a constante modernização do método de ensino adotado no Brasil, o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Publicidade e Propaganda prevê em sua gestão o planejamento e utilização de políticas de autoavaliação institucional, avaliação da aprendizagem e de aproveitamento de avaliações externas para o aperfeiçoamento contínuo do planejamento do curso e, conseqüentemente, do processo de formação discente aderente ao perfil do egresso do curso.

A apropriação dos resultados das avaliações pela comunidade acadêmica – docente, discente e técnico-administrativa – é um eixo central de desenvolvimento do Projeto Pedagógico do Curso, que estabelece um fluxo contínuo e periódico de autoavaliação institucional dos diversos eixos do curso.

Em atendimento ao inciso VIII do artigo 3º da Lei do SINAES, a explicitação do projeto de autoavaliação do curso consolida um sistema de avaliação regular, que permite o aproveitamento dos seus resultados para o aperfeiçoamento do curso.

O delineamento do processo auto avaliativo ou de avaliação interna é entendido como parte do processo periódico do curso é essencial para a aprendizagem, uma forma contínua de acompanhamento de todas as atividades que envolvem o Curso de Publicidade e Propaganda do IDP, viabilizando o conhecimento das fragilidades e deficiências que porventura possam existir, e a possibilidade de adotar as providências necessárias para saná-las. A partir desse princípio, a avaliação abarca todos os agentes envolvidos nos diferentes serviços e funções que dão suporte ao processo de formação profissional, sendo elemento central da Instituição.

A autoavaliação do curso tem como objetivo geral rever e aperfeiçoar o Projeto Pedagógico de Curso, promovendo a permanente melhoria das atividades relacionadas ao ensino, à pesquisa e à extensão. As questões relativas ao conjunto dos componentes curriculares do Curso de Publicidade e Propaganda do IDP (e dos demais processos pedagógicos que compõem as atividades acadêmicas) são analisadas tendo-se em conta a percepção do aluno e do professor sobre o seu lugar no processo de ensino-aprendizagem. Na avaliação é importante considerar como os alunos e professores percebem o Curso de Publicidade e Propaganda como um todo e, também, a sua inserção nesse processo.

Assim, a autoavaliação do curso leva em conta a multidimensionalidade do processo educacional que supera o limite da teoria, promovendo o diagnóstico constante para avaliação da efetividade do Projeto Pedagógico de Curso e compreensão do processo de construção/apropriação do conhecimento/desenvolvimento de competências dos alunos através das suas produções, vivências e ações na sua trajetória de formação profissional.

A avaliação interna é realizada no Curso de Publicidade:

- a) por meio de questionários aplicados aos alunos e professores sobre o desempenho da instituição, e por meio de questionários aplicados aos alunos sobre o desempenho de seus professores;
- b) em seminários sobre o processo de ensino-aprendizagem e materiais didáticos, realizados no início dos semestres, com a participação de alunos e de professores, para a discussão de formas e critérios;





- c) por meio de pesquisas para levantamento do perfil do aluno, contendo estudo sobre procedência, expectativas quanto ao Curso de Publicidade e Propaganda e à profissão;
- d) por meio de questionários aplicados aos alunos e professores sobre a infraestrutura disponível sobre o curso.

A avaliação é contínua e sistemática, de forma a contribuir para o fortalecimento do curso e seu constante aperfeiçoamento.

São considerados relevantes os indicadores oriundos de dados originados das demandas da sociedade, do mercado de trabalho, das avaliações do curso pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - INEP, do ENADE, do projeto de autoavaliação da IES e das atividades de pesquisa e extensão.

Os resultados da avaliação externa, quando disponíveis, são incorporados aos resultados da autoavaliação do Curso de Publicidade e Propaganda, com o objetivo de melhor avaliar os pontos fortes e os pontos fracos do curso.

Todo o processo de autoavaliação do projeto do curso é monitorado pelo Colegiado de Curso e pelo NDE, e implantado de acordo com as seguintes diretrizes:

- a) a autoavaliação deve estar em sintonia com Projeto de Autoavaliação do IDP;
- b) a autoavaliação do curso constitui uma atividade sistemática e que deve ter reflexo imediato na prática curricular;
- c) o processo de autoavaliação deve envolver a participação dos professores e dos alunos do curso;
- d) cabe ao Coordenador de Curso operacionalizar o processo de autoavaliação, com apoio do Núcleo Docente Estruturante, com a produção de relatórios conclusivos.

A análise dos relatórios conclusivos de autoavaliação é realizada pelo Coordenador de Curso juntamente com o Núcleo Docente Estruturante, e encaminhado para o Colegiado de Curso para fins de adoção das medidas indicadas. Os resultados das análises do processo são levados ao conhecimento dos alunos e professores envolvidos, por meio de comunicação oral ou escrita.

Soma-se à autoavaliação do curso a avaliação institucional conduzida pela Comissão Própria de Avaliação (CPA), conforme orientações do Ministério da Educação. A autoavaliação do curso articula com a avaliação institucional, uma vez que ambas visam à consecução de objetivos comuns, relacionados à qualidade do curso e do crescimento institucional com vistas a ajustes e correções imediatas, viabilizando a implementação de novas atividades pedagógicas relevantes ao processo ensino-aprendizagem.

Em atendimento ao disposto no artigo 11 da Lei nº 10.861/2004 foi constituída a Comissão Própria de Avaliação (CPA), responsável por desenvolver e executar as atividades de autoavaliação institucional no âmbito do IDP. A CPA é o órgão responsável pela coordenação dos processos internos de avaliação do IDP - BSB, de sistematização e de prestação das informações solicitadas pelos órgãos governamentais competentes. O desenvolvimento das



atividades da CPA dá-se com autonomia em relação ao Conselho Superior e demais órgãos colegiados existentes na IDP.

Na sua composição, a CPA conta com a participação de representantes de todos os segmentos da comunidade acadêmica (docente, discente e técnico-administrativo) e, também, da sociedade civil organizada, estando vedada a existência de maioria absoluta por parte de qualquer um dos segmentos representados.

As definições quanto à quantidade de membros, forma de composição, duração do mandato, dinâmica de funcionamento e modo de organização da CPA são objeto de regulamentação própria, aprovada pelo Conselho Superior. A composição da CPA é paritária, ou seja, é constituída pelo mesmo número de representantes de cada segmento que a compõem: representação do corpo docente; representação do corpo discente; representação do corpo técnico-administrativo e representação da sociedade civil organizada.

Os representantes são escolhidos entre pessoas capazes de assumir a responsabilidade pelo desenvolvimento de todas as ações previstas no processo avaliativo. Para assegurar a sua legitimidade junto à comunidade acadêmica, no processo de escolha dos seus membros são consultados os agentes participantes do processo.

Outro campo de análise essencial são os resultados das avaliações realizadas no âmbito do SINAES. Instrumentos concebidos no sistema regulatório oficial para o ensino superior, além de balizarem os atos autorizativos do Curso, oferecem excelentes parâmetros para aferir a eficácia das estratégias educacionais adotadas. Sua análise sistemática é tarefa do NDE que, à luz dos resultados obtidos, cuida de identificar as eventuais fragilidades do curso, auxiliando decisivamente a Coordenação no debate junto aos docentes acerca dos aperfeiçoamentos que podem ser trazidos para o Projeto Pedagógico e, conseqüentemente, para as práticas do processo ensino-aprendizagem.

## **II.11. Procedimentos de Acompanhamento e de Avaliação dos Processos de Ensino-Aprendizagem**

Os procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem são planejados de acordo com a concepção do curso definida neste projeto pedagógico e no Regimento Geral.

Refletem os princípios filosóficos, pedagógicos, políticos e sociais que orientam a relação educativa, objetivando o crescimento e o desenvolvimento pleno e a autonomia do discente de forma contínua e efetiva; sendo que as informações são sistematizadas e disponibilizadas aos estudantes, com mecanismos que garantam sua natureza formativa.

A avaliação formativa possibilita gerar, com rapidez, informações úteis sobre etapas vencidas e dificuldades encontradas, estabelecendo um feedback contínuo sobre o andamento do



processo de ensino-aprendizagem. As informações obtidas permitem o planejamento, o ajuste, o redirecionamento das práticas pedagógicas no intuito de aprimorar a aprendizagem discente. Ou seja, seus resultados servem para apoiar, compreender, reforçar, facilitar, harmonizar as competências e aprendizagens dos alunos. Desta forma, é realizada de maneira progressiva e paralela às demais atividades desenvolvidas nos componentes curriculares, permitindo o redirecionar ou implantar melhorias nos processos educativos (ações concretas para a melhoria da aprendizagem em função das avaliações realizadas).

O conceito de avaliação recebe conotações diferenciadas de acordo com o seu contexto, mas, avaliação é, sem dúvida, uma parte indispensável no processo de ensino e aprendizagem educacional, pois é a partir dela que pode se diagnosticar e acompanhar o desenvolvimento da construção do saber. Esse processo tem ainda funções específicas, tais como:

- Diagnosticar a situação de aprendizagem do aluno para estabelecer objetivos que nortearão o planejamento da prática docente;
- Verificar os avanços e dificuldades do aluno no processo de apropriação, de construção e de recriação do conhecimento, em função do trabalho desenvolvido;
- Fornecer aos professores elementos para uma reflexão sobre o trabalho realizado, tendo em vista o planejamento constante;
- Possibilitar ao aluno um possível esclarecimento de seus avanços e dificuldades, visando seu envolvimento no processo ensino aprendizagem.

A IES projeta todos os seus cursos e atividades em harmonia com as suas bases filosóficas e princípios metodológicos, garantindo, desta forma, uma coerência epistemológica com a missão e os objetivos institucionais, assim como com as propostas pedagógicas dos seus cursos de graduação.

A avaliação contínua objetiva a melhoria do acompanhamento do aluno, considerando-se as individualidades, além de possibilitar que o aluno possa acompanhar o seu desempenho a cada avaliação.

São utilizadas diversas modalidades dentre elas as avaliações dissertativas e objetivas e os trabalhos individuais ou em grupo.

Adicionalmente, utiliza-se a metodologia de avaliação integrada, multidisciplinar, que proporciona uma maior integração entre as disciplinas e docentes, além de contribuir para que o aluno tenha uma óptica não fragmentada e mais próxima da realidade do mercado de trabalho e dos problemas cotidianos.

Dessa forma, nos cursos os procedimentos incluem a avaliação formativa (entendida como uma prática de avaliação contínua, que objetiva fornecer feedback, a fim de ajustar o processo de ensino-aprendizagem). E para cada componente curricular o procedimento de avaliação do processo de ensino-aprendizagem é detalhado no plano de ensino.

A avaliação do processo de ensino e aprendizagem está disciplinada no Regimento Geral do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), envolvendo normas sobre a avaliação da aprendizagem.



Os critérios e formas de avaliação devem constar claramente no plano de ensino do professor, o qual deve ser discutido com o Coordenador de Curso e aprovado pelo Colegiado de Curso de Graduação. Obrigatoriamente os critérios de avaliação devem ser apresentados aos alunos, no início do semestre letivo, para conhecimento e discussão

Am adição, a avaliação do processo de ensino e aprendizagem está disciplinada no Regimento Geral do IDP, envolvendo normas sobre a avaliação da aprendizagem, sendo que:

#### Capítulo V - Da Avaliação do Desempenho Acadêmico

Art. 63. A avaliação do desempenho acadêmico é feita por disciplina, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento.

Art. 64. A frequência às aulas e demais atividades acadêmicas, permitida apenas aos matriculados, é obrigatória, vedado o abono de faltas, ressalvados os casos previstos na legislação vigente.

§1º. Independentemente dos demais resultados obtidos, é considerado reprovado na disciplina o aluno que não tenha obtido a frequência em, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) das aulas e demais atividades programadas.

§2º. A verificação de frequência é da responsabilidade do professor, e seu controle, para efeito do parágrafo anterior, da Secretaria.

Art. 65. O aproveitamento acadêmico é avaliado por meio do acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtidos nas avaliações de aprendizagem.

Art. 66. As verificações de aprendizagem, em número não inferior a duas, serão aplicadas em cada disciplina componente do currículo do curso.

Art. 67. A nota final representa, necessariamente, a média das notas parciais, devendo significar o julgamento final e global do aproveitamento dos estudos, na seguinte fórmula:  $(\text{Avaliação 1} + \text{Avaliação 2}) / 2 = \text{Média}$ .

Art. 68. O professor, fundamentado no princípio da liberdade de cátedra e observando os critérios de assiduidade e de aproveitamento, eliminatórios por si mesmos, adotará os métodos que reputar mais eficazes pedagogicamente para a aferição da aprendizagem, devendo incluir os critérios no plano de ensino entregue no início de cada semestre.

Art. 69. É garantido ao aluno requerer revisão dos resultados obtidos nas avaliações de aprendizagem, de acordo com o prazo estabelecido pela Secretaria e as normas aprovadas pelo Consaepe.

Art. 70. É concedida prova substitutiva ao aluno que deixar de realizar as avaliações de aprendizagem no período estabelecido no Calendário Acadêmico.

Parágrafo Único. A prova substitutiva é realizada mediante requerimento do aluno e em prazo estabelecido pela Secretaria.



Art. 71. O aluno reprovado por não ter alcançado seja a frequência, sejam as notas mínimas exigidas, repetirá a disciplina, sujeito, na repetência, às mesmas exigências de frequência e de aproveitamento estabelecidas neste Regimento Geral.

Art. 72. É promovido ao semestre seguinte o aluno aprovado em todas as disciplinas do semestre cursado, admitindo-se, ainda, a promoção com dependência, observada as condições expostas no presente Regimento Geral.

Os critérios e formas de avaliação devem constar claramente no plano de ensino do professor, o qual deve ser discutido com o Coordenador de Curso e aprovado pelo colegiado de curso de graduação. Obrigatoriamente os critérios de avaliação devem ser apresentados aos alunos, no início do semestre letivo, para conhecimento e discussão.

## II.12. Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) no processo ensino-aprendizagem

Com a chegada das tecnologias, alterações significativas ocorreram nas relações sociais. Atualmente, vive-se no que muitos denominam de Sociedade da Informação e, neste cenário, percebe-se que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) atuam de maneira benéfica no processo de ensino-aprendizagem e possibilitam significativas alterações no que se refere às formas pela qual as pessoas se comunicam.

As TICs podem ser definidas como um conjunto de recursos tecnológicos, utilizados de forma integrada, que asseguram os processos comunicativos, de ensino, de aprendizagem e outros. Desta forma, destaca-se a importância das TICs para o trabalho de uma Instituição de Ensino Superior como um todo.

Uma cultura tecnológica de base também é necessária para pensar as relações entre a evolução dos instrumentos (informática e hipermídia), as competências intelectuais e a relação com o saber que a escola pretende formar. Pelo menos sob esse ângulo, as tecnologias novas não poderiam ser indiferentes a nenhum professor, por modificarem as maneiras de viver, de se divertir, de se informar, de trabalhar e pensar. Tal evolução afeta, portanto, as situações que os alunos enfrentam e enfrentarão, nas quais eles pretensamente mobilizam e mobilizarão o que aprenderam na escola. (PERRENOUD, 2000, p. 138-139)

A utilização da tecnologia na IES e nas práticas de ensino e aprendizagem é inerente à dinâmica do século XXI. A IES não conseguirá responder às demandas dos estudantes se não utilizar as tecnologias digitais de comunicação e informação. Desta maneira, o IDP busca assegurar recursos materiais para que o quadro docente e o corpo técnico implementem inovações disruptivas com tecnologias associadas às mesmas para que seus alunos ingressem no mundo do trabalho de maneira competitiva.



Assim sendo, em apoio ao ensino presencial, o IDP estimula o uso entre os docentes de ferramentas informatizadas que permitam o acesso dos alunos aos textos e outros materiais didáticos em mídias eletrônicas, além da busca e da utilização de novas ferramentas que facilitem o ensino e a comunicação, a medida que a sociedade muda cada vez mais rapidamente.

As tecnologias de informação e comunicação que foram implantadas no processo de ensino-aprendizagem incluem, especialmente, o uso da imagem e a informática como elementos principais. As aulas com multimídia possibilitam aos docentes utilizar imagens com boa qualidade, além de enriquecer os conteúdos abordados com a apresentação de esquemas, animações, mapas etc. Os docentes utilizarão também as linguagens dos modernos meios de comunicação. A integração de dados, imagens e sons, a universalização, o rápido acesso à informação e a possibilidade de comunicação autêntica, reduzem as barreiras de espaço e de tempo e criarão um contexto mais propício à aprendizagem.

Nos microcomputadores e softwares disponibilizados pelo IDP são utilizados (as):

a) Internet, como ferramenta de busca e consulta para trabalhos acadêmicos e em projetos de aprendizagem. Sua utilização permite superar as barreiras físicas e o acesso limitado aos recursos de informação existentes. Os alunos utilizarão as ferramentas de busca confiáveis para elaborar e apresentar um produto seu, estruturado e elaborado a partir dos materiais encontrados;

b) Pacotes de aplicativos, que incluem processador de textos, planilha eletrônica, apresentação de slides e gerenciador de bancos de dados. Esses pacotes de ferramentas serão utilizados pelos docentes, no próprio IDP, para preparar aulas e elaborar provas; e pelos alunos, nos laboratórios de informática e na biblioteca, numa extensão da sala de aula. O processador de textos facilita ao aluno novas formas de apropriação da escrita, onde o reescrever é parte do escrever. As planilhas permitem lidar com dados numéricos. Além de cálculos numéricos, financeiros e estatísticos, as planilhas também possuem recursos de geração de gráficos, que podem ser usados para a percepção dos valores nelas embutidos quanto para sua exportação e uso em processadores de texto, slides etc.;

c) Jogos e simulações, propiciando vivências significativas, cruzando dados para investigações científicas e fornecendo material para discussões e levantamento de hipóteses;

d) Ambientes virtuais de aprendizagem, que possibilitam a interação dos discentes com os docentes, além da realização de trabalhos em grupos, debates, fóruns, dentre outras formas de tornar a aprendizagem mais significativa. Nesse sentido, a gestão do próprio conhecimento depende da vontade de cada indivíduo, sendo possibilitado pelos recursos tecnológicos disponibilizados;

e) Demais ferramentas, de acordo com o previsto nos projetos pedagógicos de cursos, e de acordo com as necessidades de cada disciplina e com as mudanças dinâmicas que ocorrem ao longo do tempo.

f) Softwares de criação e produção de conteúdo publicitário: destaque para o laboratório do Pacote Adobe, disponibilizados em laboratório do campus. Além disso, o IDP



disponibiliza o software SEMRUSH para análise de desempenho em redes sociais e elaboração de relatórios específicos de desempenho de campanhas.

O IDP incentiva, também, a participação do Corpo Docente em eventos que abordem temas relacionados à incorporação de novas tecnologias ao processo de ensino-aprendizagem, domínio das TICs e acessibilidade comunicacional e digital, para que disseminem este tipo conhecimento, promovendo as inovações no âmbito dos cursos.

A acessibilidade comunicacional caracteriza-se pela ausência de barreiras na comunicação interpessoal, na comunicação escrita e na comunicação virtual (acessibilidade no meio digital). Para garantir essa dimensão de acessibilidade, encontra-se prevista a utilização de textos em Braille, textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão, uso do computador com leitor de tela, programas e aplicativos utilizados para deficientes visual ou oral, nos termos dos dispositivos legais vigentes.

São exemplos de programas e aplicativos utilizados para deficientes visual ou oral:

- **DOSVOX:** O DOSVOX, um sistema para microcomputadores que se comunica com o usuário através de síntese de voz, viabilizando, deste modo, o uso de computadores por portadores de necessidades especiais visuais, que adquirem assim, um alto grau de independência no estudo e no trabalho. O sistema realiza a comunicação com o deficiente visual através de síntese de voz em português, sendo que a síntese de textos pode ser configurada para outros idiomas.
- **PRODEAF MÓVEL:** O aplicativo ProDeaf Móvel, tradutor do Português para a Língua Brasileira de Sinais, está disponível gratuitamente para Surdos e Ouvintes.

O IDP incorpora de maneira crescente os avanços tecnológicos às atividades de ensino, iniciação científica e extensão. Para tanto, é destinado percentual de sua receita anual para a aquisição de microcomputadores e softwares utilizados em atividades práticas dos cursos oferecidos.

### **II.12.1. Ambiente de Aprendizagem Virtual (AVA)**

Apesar da oferta presencial do curso de Publicidade e Propaganda do IDP, tornou-se necessária a inclusão de atividades, avaliações, tarefas, fóruns, entre outros, no decorrer de disciplinas e cursos presenciais. Tal iniciativa permite aos corpos docente e discente a possibilidade de um leque maior de atividades, aumentando assim o ferramental do corpo discente e permitindo que participem de um rol maior de atividades, tanto *online* quanto presenciais. O IDP utiliza, de forma institucional, a plataforma Canvas.

A plataforma Canvas é um LMS (Learning Management System ou Sistema de Gestão de Aprendizagem, também denominado como AVA, em nuvem que conecta ferramentas digitais e recursos desenvolvido pela Instructure em 2011, atualmente é usada principalmente na parte acadêmica e corporativa do e-learning servindo como um sistema de gerenciamento de aprendizagem aberto e extensível.



No Canvas os materiais didáticos são elaborados e estruturados de modo a permitir o desenvolvimento de uma reflexão crítica sobre os conteúdos apresentados nas disciplinas, de maneira simples e de fácil acesso, respeitando premissas de acessibilidade seguindo as estratégias de UX (user experience – experiência do usuário) para a Web e pedagógicas, através de um desenho instrucional focado em acessibilidade metodológica, instrumental e comunicacional adequado às necessidades de cada tipo de material.

No LMS Canvas as permissões de acesso são divididas entre permissões em nível da conta e permissões em nível do curso. Ambas são totalmente customizadas, além de ser possível adicionar mais tipos de permissões, caso seja necessário. Permissões no nível da conta afetam a conta inteira, bem como cursos. Administradores da conta raiz podem criar funções de usuário no nível da conta com permissões modificadas e descem pela hierarquia, não sobem. Administradores de subcontas podem modificar permissões no nível da conta para as suas subcontas. Administradores em uma conta têm permissões administrativas dentro dessa conta, bem como em quaisquer subcontas de tal conta. Além disso, um administrador pode mover um curso dentro da sua subconta, mas não pode mover um curso entre subcontas a menos que ele também seja o administrador da conta pai de cada subconta.

Cada subconta tem a sua própria página de permissões, então, os administradores podem criar funções no nível da conta dentro de uma subconta e adicionar permissões de subconta diretamente dentro da subconta. Administradores da subconta só podem gerenciar permissões e configurações para subcontas às quais eles foram atribuídos. Contudo, algumas permissões talvez não estejam disponíveis para usuários de subcontas, dependendo do contexto que se encontra.

Quanto ao usuário padrão no nível do curso, o Canvas tem cinco funções, cada uma com permissões que afetam a capacidade de interagir com os cursos do Canvas. Estas funções são descritas na tabela a seguir:

Tabela 4: Permissões da plataforma Canvas

Permissão	Funções Básicas
Aluno	Permissões de alunos são restritas, mas possuem permissões suficientes para acessar e interagir com materiais do curso.
Professor	Professores podem criar materiais de cursos, visualizar dados de cursos e acessar e gerenciar todas as áreas de um curso do Canvas. Tem a permissão de liderar um curso.
TA	Esses usuários têm permissões semelhantes àquelas dos professores, exceto que assistentes de professores não devem ter acesso a dados do ID no Canvas. A função do assistente de professor é feita para suportar a função do professor.
Designer	Esses usuários têm permissão para acessar e criar conteúdo do curso, incluindo anúncios, tarefas, discussões e questionários, porém não podem acessar as notas.
Observador	Esta função de usuário pode ser vinculada a um usuário ligado ao aluno matriculado em um curso. Por exemplo, pais, guardiões e/ou mentores podem desejar ser vinculados a um aluno para visualizar o seu andamento do curso. Observadores possuem as menores permissões, apenas podendo ver os conteúdos dos cursos.





O AVA Canvas oferece uma série de recursos didático-pedagógicos e gerenciais. Essa plataforma virtual educacional possibilita a inserção de conteúdo multimídia, comunicações interativas, construção coletiva do conhecimento a partir da realização de atividades com Fórum, realização de encontros virtuais pelo Zoom, acesso em todas as salas de aulas virtuais às bibliotecas virtuais Minha Biblioteca, comunicação síncrona (chat) e assíncrona (quadro de avisos, e-mail, mensagens, Fórum), disponibilizar atividades avaliativas, realizar atividades avaliativas individuais ou em grupo, fazer upload de atividades, esclarecer e tirar dúvidas dos discentes (Fórum, e-mail, mensagem, webconferência) e permite aos discentes interagir com os docentes e colegas de turma e de curso. Abaixo descreve-se algumas das ferramentas utilizadas no curso:

### Fórum de Discussão

O Canvas possui fóruns de discussão que, basicamente, permitem aos alunos e professores interagirem através de publicações em tópicos. É possível interagir apenas com um grupo, ou também com a turma inteira. Esses fóruns podem ser criados como atividade avaliativa ou apenas para fins de comunicação entre alunos com alunos, e alunos com professores. Além disso, os tópicos de discussão podem ser organizados como discussões focadas ou encadeadas.

Discussões focadas permitem apenas dois níveis de aninhamento, a postagem original e as respostas subsequentes. As discussões encadeadas permitem níveis infinitos de aninhamento. As discussões focadas são interações de duração relativamente curta, enquanto as discussões encadeadas permitem respostas dentro das respostas e podem durar por um período mais longo.

As opções disponíveis de configuração são:

- Marcação de lido/não lido nas postagens;
- Exigir que o aluno responda a uma discussão antes de ver outras respostas;
- Permitir edição e exclusão de postagens próprias;
- Permitir que os alunos criem discussões e anexem arquivos;
- Fechar tópicos de discussão para comentários.

### Web Conferência

O Canvas se integra, nativamente, ao BigBlueButton para fornecer uma ferramenta de conferência aos usuários. Há duas versões disponíveis: uma gratuita do Canvas Conferences, e o nível premium para relatórios e funcionalidades adicionais.

A página Conferências permite que o aluno visualize todas as conferências de uma disciplina, e ele pode ingressar em conferências nas quais foi convidado a participar. Em grupos de alunos, há a possibilidade de criar conferências, iniciar conferências e gerenciar conferências



concluídas. Existem várias soluções de webconferência em ferramentas LTI que se conectam ao Canvas, dentre elas, o Zoom que é hoje a opção utilizado pela instituição para esse fim.

### Caixa de Entrada

A Caixa de Entrada é uma ferramenta de mensagens usada para se comunicar numa disciplina, um grupo, um aluno individual ou um grupo de alunos. Também pode ser usada para se comunicar com outras pessoas em uma disciplina a qualquer momento. Visualmente, ela é dividida em dois painéis e exibe as mensagens em ordem cronológica. É possível ver e responder às conversas e classificá-las por disciplina ou tipo de caixa de entrada. A caixa de entrada em si não tem limites de tamanho de arquivo; entretanto, os anexos adicionados a uma conversa são incluídos nos arquivos pessoais do remetente.

### Ferramentas de Avaliação Online

- **Speedgrader:** O Canvas dispõe de duas principais ferramentas de avaliação. A primeira é chamada de SpeedGrader, cujo objetivo é facilitar a avaliação de tarefas individuais de alunos e tarefas de grupo rapidamente. Essa ferramenta exibe os envios de tarefas para alunos ativos na disciplina de acordo com as configurações atuais do Boletim para matrículas inativas e concluídas. Por exemplo, se as configurações do Boletim mostrarem inscrições inativas, os envios de alunos inativos também aparecem no SpeedGrader. Todas as atividades avaliativas podem ser corrigidas através dessa ferramenta, sendo elas: Tarefas, Testes, Discussões avaliadas e Livro de notas.
- **Rubrica:** A segunda são as Rubricas, que são uma forma de definir critérios de avaliação personalizados ou baseados em resultados para pontuação. Uma Rubrica é uma ferramenta de avaliação para comunicar expectativas de qualidade. Elas são normalmente compostas por linhas e colunas. As linhas são usadas para definir os vários critérios usados para avaliar uma atribuição, e as colunas para definir os níveis de desempenho de cada critério. As rubricas podem ser configuradas como rubricas sem pontuação, o que permite notas baseadas em avaliação e resultados sem pontos.
- **Avisos:** Os avisos ficam localizados na parte superior da página inicial de uma disciplina e permitem que os professores/coordenadores se comuniquem e publiquem tópicos interessantes relacionados à disciplina. Eles são projetados para permitir que os professores transmitam informações a todos os membros ou a um determinado grupo de alunos. Os estudantes podem responder a avisos, mas as respostas não são consideradas uma conversa e não aparecem na Caixa de Entrada de conversas.
- **Postagens de objetos de aprendizagem:** As páginas armazenam conteúdo e recursos educacionais que fazem parte de uma disciplina ou grupo, mas não necessariamente pertencem a uma tarefa. As páginas podem incluir texto, vídeo e links para arquivos e outro curso ou conteúdo de grupo, e podem ser vinculadas a outras páginas. O Canvas oferece suporte a uma variedade de tipos de documentos de até 100 MB e 999 páginas. Dentre eles,



tem-se: .doc; .odt; .sxi; .docx; .pdf; .sxw; .odf; .ppt; .xlsx; .odg; .pptx; .xls; .odp; .rtf; .txt; .ods; .SXC.

Editando uma página, o Canvas também oferece a possibilidade de inserir vídeos, áudios, imagens, slides, textos, infográficos, artigos, páginas da web, livros digitais para tornar o acesso e aprendizado do aluno o mais intuitivo possível. Os relatórios gerados permitem mapear a frequência dos discentes, as atividades realizadas e as atividades pendentes, o número de consultas e do tempo de permanência do discente na disciplina, fornecendo gráficos com o controle estatístico desses dados e avaliações.

A sistemática de interação do curso de Publicidade utiliza tecnologias de informação e comunicação, por meio da integração Sistema TOTVS RM, Desk Manager do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) – Canvas. Para tanto, utiliza ferramentas de comunicação síncronas (chat e web conferência) e assíncronas (fórum, wiki, e-mail) na plataforma virtual de aprendizagem, com o intuito de garantir constante oportunidade de interação entre todos os envolvidos no processo educativo (estudantes, professores, pessoal de suporte e gestores).

O TOTVS RM, também conhecido como TOTVS Backoffice (Linha RM), é um dos melhores ERP para folha de pagamento, educacional e/ou Construções disponíveis no mercado brasileiro atualmente. No meio acadêmico, seja para a educação básica ou ensino superior, o TOTVS RM vem como um acervo de procedimentos e capacidades de parametrizações para atender desde a finalidade acadêmica à folha de pagamento, obrigações fiscais etc. No RM é possível controlar os planos pedagógicos, com o registro temporal de ementas das disciplinas, calendário letivo, publicação de notas, diário de classe eletrônico, atualizado on-line através da integração com o AVA Canvas, deixando as informações visíveis para seus estudantes na Internet.

A integração do Canvas com o RM, por não ser nativa de nenhum dos dois sistemas precisou de uma ferramenta intermediária para realizar tal ação. Esta ferramenta utiliza o modelo de software como serviço (SaaS) por meio da aplicação Dominoapp. Tal integração consiste na parametrização do RM para extração das informações, as quais são tratadas na ferramenta intermediária e conectada com o Canvas por meio de API, sendo possível o cadastro de disciplinas e alunos, bem como suas respectivas matrículas no Canvas. O mesmo acontece com o caminho inverso para registro das notas e participações em fóruns do Canvas para o RM.

Existem ainda algumas formas de realizar integrações dentro da plataforma do Canvas, algumas são integrações padrão e suportadas disponíveis dentro do Canvas, que podem ser habilitadas por meio de ferramentas LTI. A seguir é apresentada algumas dessas integrações:

Tabela 5: Integrações da Plataforma Canvas

Integrações padrão	
Funcionalidades Tecnológicas	Provedores com integrações padrão em recursos do Canvas
Sistema de mensagem de usuários;	LaTex (Editor de Conteúdo Avançado);



Identidade visual da conta do Editor de Temas (Theme Editor); Autenticação CAS, LDAP e SAML; Recursos do perfil do usuário; Feeds RSS/Atom; iCal; Agendador de compromissos do calendário; Conteúdo de E-Packs/Publisher; IMS QTI; Exportações de conteúdo de cursos off-line (HTML ou ePub); Podcasts; ePortfólios; LTI básico; SCORM (apenas tarefas); Common Cartridge; Pré-visualizações de documentos; Reprodutor de mídia; Notificações; Importações do Sistema de informações de alunos.	Big Blue Button— hospedagem básica (Conferências); Google Docs (Tarefas, Colaborações, Arquivos, Editor de Conteúdo Avançado); Microsoft Office (Tarefas, Colaborações, Arquivos, Editor de Conteúdo Avançado).	
<b>Integrações suportadas</b>		
<b>Serviços Web</b>	<b>Colaboração</b>	<b>Educacional</b>
Twitter; Delicious; Skype; Djigo; SMS; Youtube; Google Docs/Previewer.	Djigo; Adobe Connect; Big Blue Button (hospedagem premium); Wimba; Microsoft Office 365.	Turnitin; Wimba; Equella; Respondus; Google Drive; Microsoft Office 365.
<b>Multimídia</b>	<b>Agenda</b>	<b>Importações de Cursos</b>
Kaltura; Equella; Flickr.	Outlook; Google.	WebCT (Blackboard Vista); Blackboard; Angel; Moodle 1.9/2.x; D2L.

Outra possibilidade de integração é por meio de API, gerenciando chaves do desenvolvedor pela conta raiz ou chaves individuais do desenvolvedor, as quais são gerenciadas pelo administrador, controlando o acesso direto a pontos de extremidade específicos da API para ferramentas de terceiros em formato JSON.

Por fim, uma última possibilidade de integração é por meio do frontend, ou seja, diretamente no código visual da plataforma, por meio do carregamento de arquivos do tipo CSS ou JavaScript. Um exemplo de integração feita neste formato é a caixa de chat Desk Manager, utilizada para suporte ao aluno, apresentado na figura abaixo:

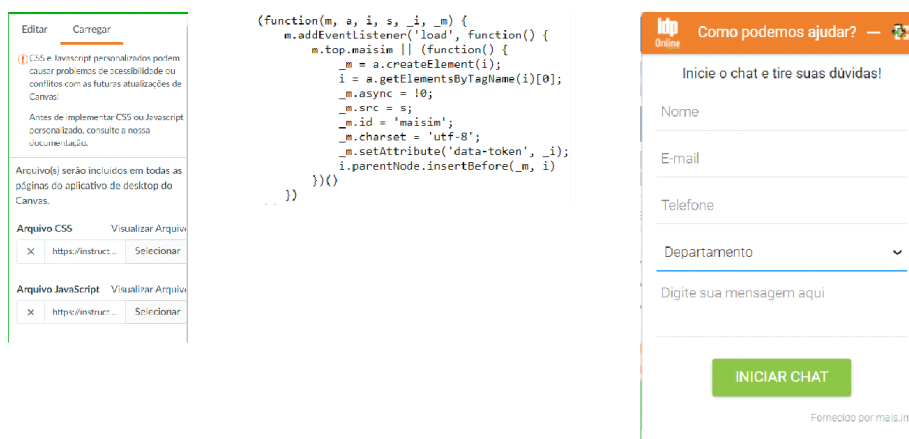


Figura 4: Exemplo de integração no Canvas

Desk Manager é um software de suporte ao aluno que organiza, separa, categoriza, acompanha e finaliza os atendimentos solicitados. Os atendimentos podem ocorrer por e-mail, chat (integrado ao Canvas) e portal do solicitante (portal com finalidade de acompanhamento dos chamados). Por ter uma estrutura robusta permite a gestão de todos os aspectos dos chamados, bem como automatização de rotinas.

Todos estes recursos e, principalmente, o AVA Canvas, são periodicamente avaliados pela equipe multidisciplinar, NDE, docentes, tutores e estudantes. As avaliações devem ocorrer semestralmente, nos quais os resultados são utilizados a fim de verificar a percepção dos usuários, bem como as necessidades de contínuas melhorias, tanto em aspectos relacionados à usabilidade quanto à pedagógicos.

## II.13. Número de Vagas

O número de vagas para o Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda (120 vagas anuais autorizadas) está fundamentado em estudos periódicos, quantitativos e qualitativos, e em pesquisas com a comunidade acadêmica, que comprovam sua adequação à dimensão do corpo docente e às condições de infraestrutura física e tecnológica para o ensino.

O planejamento do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda do IDP prevê a oferta de turmas de 30 (trinta) alunos, considerando as demandas e potencialidades de desenvolvimento da Região Centro-Oeste e, em especial, do Distrito Federal, na qual se insere o polo sede. Inclui-se também nesta conta o crescimento do cenário empreendedor e do ecossistema de startups do Distrito Federal nos anos recentes, onde a formação em comunicação e publicidade pode se tornar diferencial para profissionais da região.



O diagnóstico social, econômico e educacional da Região, que evidencia as demandas de profissionais de Publicidade e Propaganda no Centro-Oeste está detalhado no Relatório de Estudos de Vagas, segundo o qual:

- Existe uma demanda efetiva por cursos de Comunicação, e mais especificamente Publicidade e Propaganda, no Brasil e na Região Centro-Oeste, evidenciada a partir de dados estatísticos de matrículas por cursos em Instituições de Ensino Superior da Região, evidenciado também no Censo do Ensino Superior publicado pelo INEP.

Perante o exposto, o curso de graduação em Publicidade e Propaganda do IDP vem preencher uma lacuna do mercado da educação no Brasil. Dada a procura pelo curso (de acordo com dados do INEP, recentemente o curso de publicidade foi um dos mais procurados por estudantes do ensino público e do ensino privado), o curso vem para somar à oferta de vagas local, porém pensando na inovação e modernização do currículo dos egressos, aumentando sua qualidade frente à demanda do mercado de trabalho.

## II.14. Política e Acompanhamento de Egressos

O IDP desenvolve programa de acompanhamento dos egressos com o objetivo de manter uma linha permanente de estudos e análises sobre os egressos que permita avaliar a qualidade do ensino e a adequação da formação do profissional às necessidades do mercado de trabalho.

O acompanhamento dos egressos é fundamental para conhecimento do perfil profissional dos graduados, tendo o propósito de buscar subsídios para melhorar a qualidade do ensino, da iniciação científica, da extensão e da gestão, fortalecendo as atividades institucionais e a constante busca da melhor qualidade de vida da sociedade. O egresso poderá trazer contribuições valiosas para a instituição, possibilitando uma visão de aspectos relevantes de procedimentos de avaliação e de processos educativos, evidenciando as demandas da sociedade pela sua percepção, para isso vem realizando periodicamente encontro dos seus egressos de todos os cursos.

O programa de acompanhamento dos egressos contará com: base de dados, com informações atualizadas dos egressos; mecanismos para a promoção de um relacionamento contínuo entre o IDP e seus egressos; mecanismos para avaliar a adequação da formação do profissional para o mercado de trabalho.

O IDP implantará ferramenta de acompanhamento de egressos chamada “Portal do Egresso”, com o objetivo de:

- Estabelecer contato da Instituição com o egresso;
- Incentivar a participação dos egressos em atividades do IDP;
- Atualizar os dados pessoais e as informações a respeito da continuidade na vida acadêmica ou da inserção profissional;
- Oportunizar através do banco de talentos, colocação no mercado de trabalho;



- Incentivar a progressão dos estudos através da formação lato sensu;
- Identificar necessidades de adequação do curso ao exercício profissional;
- Oportunizar ações de melhoria relacionadas às demandas da sociedade e do mundo do trabalho;
- Atender instrumento instituído pela CPA na coleta de dados.

Desse modo, o acompanhamento do egresso se constituirá como um dos recursos na construção de indicadores que possam contribuir na avaliação dos cursos e da repercussão desses no mercado e na sociedade. Destaca-se ainda que os dados e informações colhidas a partir do egresso servirão de mecanismos de realimentação sistemática do PDI e do próprio PPC de cada curso oferecido pela IES, sendo objeto de estudo comparativo entre a atuação do egresso e a formação recebida (estudo comparativo entre a atuação do egresso e a formação recebida, subsidiando ações de melhoria relacionadas às demandas da sociedade e do mundo do trabalho).

Manter aberto este canal de comunicação é uma forma de continuar esta relação que começou nas salas de aula, estimulando o convívio acadêmico e a troca permanente de informações entre egressos, alunos e IDP. Com o propósito de manter vínculos não só afetivos, mas também na participação de atividades, é que a IES organiza e desenvolve na área do ensino, iniciação científica e extensão, em graus e níveis distintos, diferentes eventos para possibilitar a participação do egresso.

Em relação à avaliação da adequação da formação do profissional para o mercado de trabalho, o programa de acompanhamento dos egressos contará com mecanismos para conhecer a opinião dos egressos sobre a formação recebida, tanto curricular quanto ética, para saber o índice de ocupação entre eles, para estabelecer relação entre a ocupação e a formação profissional recebida. Serão aplicados questionários para obter avaliações sobre o curso realizado (pontos positivos e negativos), a atuação no mercado de trabalho, dificuldades encontradas na profissão, interesse em realizar outros cursos de graduação e pós-graduação. Além disso, será coletada a opinião dos empregados e/ou empregadores dos egressos (ação inovadora), sendo esta utilizada para revisar o plano e os programas.

O retorno dos egressos e de seus empregados e/ou empregadores sobre a formação recebida será fundamental para o aprimoramento da Instituição. Os dados obtidos serão analisados pelo colegiado de curso de graduação que devem revisar o plano e programas do curso de forma a obter uma melhor adequação do PPC às expectativas do mercado de trabalho. Em seguida, os dados e as considerações do Colegiado de Curso de Graduação serão encaminhados à CPA e ao Consaepe, a quem compete adotar as medidas necessárias para correção de eventuais distorções identificadas.

No que se refere às atividades de atualização e formação continuada para os egressos, o IDP oferece cursos de pós-graduação lato e stricto sensu, visando a educação continuada para os egressos de seus cursos de graduação.

Além dos cursos de pós-graduação, o IDP promove diversas ações no sentido de viabilizar a atualização e aperfeiçoamento de seus egressos. Nesse sentido, são realizados seminários e



outros eventos congêneres de interesse dos egressos. Além disso, são realizados cursos de curta duração, todos elaborados de acordo com os interesses profissionais dos egressos.

A IES mantém convênios com entidades e instituições da região, com o objetivo de promover o intercâmbio de experiência nas áreas científica, técnica e cultural, bem como, nas atividades de ensino, investigação científica, extensão e de formação de pessoal. Busca, também, por meio da celebração de convênios, a parceria com órgãos públicos, órgãos judiciários, instituições, empresas e profissionais da região para a realização de estágios extracurriculares, contribuindo para a inserção de seus alunos egressos no mercado de trabalho.

Como atividade prática ao apoio ao discente no que tange a preparação para o mercado de trabalho, a Job Fair é um evento anual realizado pelo IDP, que se constitui em uma feira de oficinas, palestras e entrevistas de emprego e estágio, podendo participar dela alunos e ex-alunos do IDP, e, como recrutadoras, pessoas jurídicas públicas e privadas com parcerias firmadas com a Instituição.

Através da Job Fair, o IDP procura promover a empregabilidade dos nossos alunos e egressos, trazendo para mais perto deles as organizações nas quais desejam estagiar ou empregar-se, além de promover encontros que possibilitem o desenvolvimento de novas competências, intimamente ligadas ao mercado de trabalho.

## II.15. Avaliação do PPC

A fim de respeitar os objetivos institucionais e os objetivos do curso em ser um meio de aprendizado atualizado com as tendências do mundo, faz-se de suma importância que o PPC seja constantemente atualizado e corrigido, assim como a matriz curricular e os meios de avaliação. Tal movimento dinamiza o curso e os métodos de aprendizado nele contidos. Promove ainda inclusões de novas atividades extracurriculares, e atualização de questões relevantes do curso como TCC e estágio supervisionado.

O objetivo é avaliar e melhorar de forma contínua o Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda, ouvindo as diversas partes que contribuem para a criação e o andamento do curso em si. Desta maneira, a avaliação do PPC é feita na execução, na atualização e na gestão do curso.

A avaliação do PPC é feita principalmente, mas não restrita, às instâncias institucionais a seguir:

- I. Núcleo Docente Estruturante (NDE): observação contínua da manutenção do processo de qualidade e adequação do curso;
- II. Colegiado do Curso: compete a discussão e deliberação dos assuntos envolvidos no PPC, prevendo assim a representatividade docente;
- III. Comissão Própria de Avaliação (CPA): análise do alinhamento do PPC perante os objetivos institucionais e ao IDP como um todo.





---

## III. Corpo Docente do Curso

---

### III.1. Núcleo Docente Estruturante (NDE)

O NDE, estabelecido de acordo com a Resolução CONAES 01/2010, têm o propósito de servir como conselho consultivo em assuntos referentes ao acompanhamento, concepção, consolidação e atualização contínua do Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, bem como contribuir para a consolidação do perfil profissional pretendido dos egressos do curso e zelar pelo cumprimento das DCNs. Em consonância com a legislação vigente, o NDE será constituído por um mínimo de 5 (cinco) professores pertencentes ao corpo docente do curso, incluída a Coordenação do Curso. A indicação dos representantes do NDE será feita pelo Colegiado do Curso, com aprovação do respectivo Diretor da Instituição.

O NDE, instância colegiada de funcionamento independente e auxiliar à Coordenação do Curso, tem por principal tarefa realizar o acompanhamento permanente do Projeto Pedagógico, buscando colher informações que lhe permita aferir sua atualidade, adequação à realidade do curso, pontos positivos e negativos. Também lhe cabe conceber estratégias que viabilizem a concretização dos modelos conceituais aqui delineados, para o que precisa dialogar permanentemente com as instâncias gestoras e com o corpo docente, a fim de melhor compreender as demandas que naturalmente surgem.

Indo além do descrito, o NDE também é responsável, juntamente com a Biblioteca Institucional, pelo desenvolvimento, revisão, atualização e modernização das bibliografias básicas e complementares do curso de Publicidade e Propaganda do IDP. Desta maneira, garante-se a atualização do curso como um todo e a continuidade de conteúdo programático para todas as disciplinas durante o andamento do curso.

Outro campo de análise essencial são os resultados das avaliações realizadas no âmbito do Sinaes. Instrumentos concebidos no sistema regulatório oficial para o ensino superior, além de balizarem os atos autorizativos do Curso, oferecem excelentes parâmetros para aferir a eficácia das estratégias educacionais adotadas. Sua análise sistemática é tarefa do NDE que, à luz dos resultados obtidos, cuida de identificar as eventuais fragilidades do curso, auxiliando decisivamente a Coordenação no debate junto aos docentes acerca dos aperfeiçoamentos que podem ser trazidos para o Projeto Pedagógico e, conseqüentemente, para as práticas do processo ensino-aprendizagem.

Para cada curso de graduação, o NDE atua sugerindo atualização curricular. E compete ao Colegiado de Curso de Graduação, como órgão deliberativo responsável pela coordenação didática do curso, fixar o perfil do curso e as diretrizes gerais das disciplinas, com suas ementas e respectivos planos de ensino, assim como, deliberar sobre a matriz curricular do curso e suas



alterações com a indicação das disciplinas e respectiva carga horária, de acordo com as diretrizes curriculares emanadas do Poder Público, e conforme sugestão do NDE.

O NDE está constituído por docentes que exercem a liderança acadêmica no âmbito do curso, percebida na produção de conhecimentos na área, no desenvolvimento do ensino, e em outras dimensões entendidas como importantes. No IDP, investe-se na composição de um NDE com professores que possuam uma dedicação preferencial, cujo resultado é a construção de uma carreira assentada em valores acadêmicos, ou seja, titulação e produção científica. Isso, com certeza, contribui para a estabilidade docente e o estímulo à permanência dos integrantes do Núcleo Docente Estruturante. Neste sentido, o IDP mantém uma relação duradoura e perene entre si e o corpo docente, sem as altas taxas de rotatividade que dificultam a elaboração, com efetiva participação docente, de uma identidade institucional.

O NDE do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda do IDP está normatizado no Regulamento do Núcleo Docente Estruturante, que estabelece a constituição por um mínimo de 05 (cinco) professores pertencentes ao corpo docente do curso, entre eles o coordenador do curso; com pelo menos 75% de seus membros com titulação acadêmica obtida em Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu; com todos os membros em regime de trabalho de tempo parcial ou integral, sendo pelo menos 25% em tempo integral.

De forma resumida, de acordo com o Regulamento do NDE, são atribuições do NDE do Curso de Graduação em Publicidade:

- I. Aprovar, desenvolver, acompanhar e atualizar o Projeto Pedagógico do Curso;
- II. Contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso e planejar sua ampliação de acordo com as novas demandas do mercado de trabalho;
- III. Zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes na matriz curricular;
- IV. Zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso;
- V. Indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas das necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;
- VI. Acompanhar os resultados no ensino-aprendizagem do Projeto Pedagógico de Curso;
- VII. Revisar ementas e conteúdos programáticos;
- VIII. Indicar cursos a serem ofertados como forma de nivelar o aluno ingressante ou reforçar o aprendizado;
- IX. Propor ações em prol de melhores resultados no ENADE e no CPC;
- X. Atender aos discentes do curso.
- XI. Monitorar o impacto do sistema de avaliação de aprendizagem com base nos objetivos do curso, no perfil do egresso almejado, nas DCNs e nas demandas do mercado de trabalho.
- XII. Realizar estudos e diagnósticos periódicos de atualização do PPC, com base em informações extraídas de avaliações institucionais, nas atualizações das DCNs e nas demandas emergentes do mercado de trabalho.

Como política institucional de planejamento e incentivo à permanência de parte dos membros do NDE ao longo do curso, o Regulamento do NDE prevê (I) que o mandato dos membros do



NDE será de quatro anos, permitida a recondução e; (II) que a renovação dos membros do NDE deverá ser parcial, a cada dois anos, sendo renovados metade dos membros alternadamente. Busca-se, assim, garantindo a continuidade das ações e a construção de memória institucional do NDE ao longo dos anos.

Quadro - Composição do Núcleo Docente Estruturante (NDE)

Nome	Titulação	Regime de Trabalho
(*) Bruno Saboya de Aragão	Doutorado	Integral
Emmanuel de Nazareth Brasil	Mestrado	Integral
Bárbara Lima Vieira	Mestrado	Integral
Ricardo Ken Fujihara	Doutorado	Parcial
Maíra de Deus Brito	Doutorado	Parcial

(\*) Coordenador do Curso

## III.2. Coordenação do curso

A Coordenadoria do Curso de Publicidade, a cargo do Coordenador de Curso, é o órgão de administração, coordenação e fiscalização executiva das atividades do curso, subordinado a Diretoria.

O Coordenador de Curso é designado pelo Diretor, dentre os professores do curso, para mandato de 02 (dois) anos, permitida a sua recondução. Em suas faltas ou impedimentos, o Coordenador de Curso será substituído por professor de disciplina profissionalizante do curso, designado pelo Diretor.

A Coordenação do Curso de Graduação, a cargo do Coordenador de Curso, é o órgão de administração, coordenação e monitoramento das atividades do curso. O regime de trabalho do Coordenador do Curso é de tempo integral, para possibilitar o atendimento das demandas relacionadas à gestão e planejamento do curso, relacionamento com Professores-Tutores, atendimento a discentes, desenvolvimento de atividades com a equipe multidisciplinar e participação nos órgãos colegiados.

Compete ao Coordenador de Curso:

- I. Convocar e presidir as reuniões do Colegiado de Curso;
- II. Representar a Coordenadoria de Curso perante as autoridades e órgãos do IDP;
- III. Elaborar o horário acadêmico do curso e fornecer à Diretoria os subsídios para a organização do Calendário Acadêmico;
- IV. Orientar, coordenar e supervisionar as atividades do curso;
- V. Fiscalizar a observância do regime acadêmico e o cumprimento dos programas e planos de ensino, bem como a execução dos demais projetos da Coordenadoria;
- VI. Acompanhar e autorizar estágios curriculares e extracurriculares no âmbito de seu curso;
- VII. Homologar aproveitamento de estudos e propostas de adaptações de curso;



- VIII. Exercer o poder disciplinar no âmbito do curso;
- IX. Executar e fazer executar as decisões do Colegiado de Curso e as normas dos demais órgãos do IDP; e,
- X. Exercer as demais atribuições previstas neste Regimento e aquelas que lhe forem atribuídas pelo Diretor e demais órgãos do IDP - BSB .

A Coordenação de Curso deverá ser exercida a partir dos objetivos do curso previstos neste PPC e nos objetivos estratégicos definidos no Plano de Gestão da Coordenação, que prevê o planejamento de gestão de curso e estabelece os seguintes mecanismos de aperfeiçoamento da gestão:

- Indicadores de desempenho da coordenação, entre os quais destacam-se a titulação do corpo docente, as médias nas avaliações realizadas pela CPA, a promoção de eventos acadêmicos, a diversidade de formação do corpo docente, entre outros.
- Planejamento da gestão do corpo docente, com a previsão de reuniões periódicas de integração dos docentes por áreas temáticas, de mecanismos de promoção da diversidade na composição do corpo docente, dos quais cabe ressaltar a previsão de editais de seleção de docentes com foco em ações afirmativas de gênero e raça.

O curso de graduação em Publicidade e Propaganda conta com coordenador em regime de Tempo Integral, responsável pelas atividades listadas anteriormente, além de compor o NDE e ofertar tempo de atendimento aos alunos e professores. O Coordenador do Curso administra a potencialidade do corpo docente do seu curso de Publicidade e Propaganda, favorecendo a integração e a melhoria contínua.

Conforme consta no item 4.1.7. do Plano de Desenvolvimento Institucional, o acompanhamento e avaliação do planejamento e execução do trabalho docente são coordenados por cada Colegiado de Curso de Graduação, órgão responsável pela coordenação didática de cada curso, devendo os dados e informações serem levados ao conhecimento da Comissão Própria de Avaliação (CPA) para fins de subsidiar a autoavaliação institucional.

No que se refere ao acompanhamento do planejamento e execução do trabalho docente, cabe ao Coordenador de Curso orientar e supervisionar o trabalho docente no âmbito do curso, fornecendo os elementos necessários para uma atuação em conformidade com os padrões requeridos pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB).

O corpo docente também é capacitado para acompanhar a execução do planejamento e para elaboração de planos de ensino-aprendizagem a partir do contexto institucional e do curso, por meio de eventos pedagógicos que são realizados no âmbito do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB).

Todos os planos de ensino-aprendizagem, cuja elaboração compete ao professor responsável pela disciplina, são aprovados pelos Colegiados de Curso, momento em que este órgão analisa



a adequação da proposta de trabalho docente ao perfil do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) e do próprio curso, e, conseqüentemente, ao que se espera do corpo docente.

Os Coordenadores de Curso fiscalizam o cumprimento dos planos de ensino-aprendizagem aprovados pelos Colegiados de Curso e o desempenho docente na execução das atividades programadas.

No que se refere à avaliação do planejamento e execução do trabalho docente, essa estará inserida no âmbito da autoavaliação dos cursos, coordenada pelo Colegiado de Curso de Graduação e pelo Núcleo Docente Estruturante.

Os docentes são avaliados por meio da mensuração de indicadores quantitativos e qualitativos de suas atividades de ensino, de iniciação científica e de extensão, e quanto aos seguintes quesitos: assiduidade, comprometimento, desempenho acadêmico, conhecimento tendo como subsídios os dados e informações extraídas dos relatórios de atividades preenchidos pelos docentes e dos questionários semestrais preenchidos pelos discentes.

Semestralmente, os professores são avaliados por um questionário aplicado aos alunos, os quais serão tabulados e analisados pelo Colegiado de Curso de Graduação, com apoio do Coordenador de Curso e do Núcleo Docente Estruturante.

A avaliação do trabalho do docente vinculado ao Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) tem o objetivo de estimular o seu aperfeiçoamento no exercício do ensino, da iniciação científica e da extensão, e fornecer subsídios para os gestores educacionais no tocante à busca de um padrão unitário de qualidade institucional.

### III.3. Corpo Docente

O Corpo Docente é constituído de professores que, além de reunirem qualidades de educador e pesquisador, assumem o compromisso de respeitar os princípios e valores explicitados no Regimento Geral da instituição de ensino superior. O Quadro de Carreira Docente está hierarquizado em 04 (quatro) classes funcionais, com 05 (cinco) níveis cada uma, assim denominadas:

- I - Professor Titular - nível A, B, C, D ou E;
- II - Professor Adjunto - nível A, B, C, D ou E;
- III - Professor Assistente - nível A, B, C, D ou E.

São requisitos mínimos para enquadramento nas classes do Quadro de Carreira Docente:

- I - Professor Titular: título de doutor, obtido em programa de pós-graduação stricto sensu, aprovado na forma da legislação ou em equivalente estrangeiro, desde que revalidado, ou título de livre docente obtido na forma da lei;



II - Professor Adjunto: título de mestre obtido em programa de pós-graduação stricto sensu, aprovado na forma da legislação ou em equivalente estrangeiro, desde que revalidado;

III - Professor Assistente: certificado de curso de especialização, obtido nas condições para este fim definidas pelo Conselho Nacional de Educação.

O IDP prioriza a contratação de docentes com a maior titulação, tendo em vista que, além dos cursos de graduação, oferece cursos de especialização lato sensu, quatro mestrados e um doutorado stricto sensu.

Ademais, todo o docente a ser contrato deve comprovar a experiência profissional na sua área de atuação docente.

Assim sendo, quanto à titulação acadêmica o corpo docente do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda é constituído por uma maioria absoluta de doutores e mestres, perfil que analisa os conteúdos dos componentes curriculares, abordando a sua relevância para a atuação profissional e acadêmica do discente, fomenta o raciocínio crítico com base em literatura atualizada, para além da bibliografia proposta, proporciona o acesso a conteúdo de pesquisa de ponta, relacionando-os aos objetivos das disciplinas e ao perfil do egresso, e incentiva a produção do conhecimento, por meio de grupos de estudo ou de pesquisa e da publicação. A seguir, quadro com a titulação maior do corpo docente.

Quadro – Titulação do Corpo Docente

Nome	Titulação
Bruno Saboya de Aragão	Doutorado
Ricardo Ken Fujihara	Doutorado
Vinicius Pedreira Barbosa da Silva	Mestre
Maíra de Deus Brito	Doutorado
João Gabriel de Moraes Souza	Doutorado
Mathias Schneid Tessmann	Doutorado
Lana Montezano da Silva	Doutorado
Suelem dos Santos Pereira Barroso	Mestre
Roberta Moreira Wichmann	Doutorado
Bárbara Lima Vieira	Mestre
Thiago Costa Monteiro Caldeira	Doutorado
Carlos Leonardo Gomes Vidal	Mestre
André Luiz Alves Rabelo	Doutorado
Patrícia Reis Ferreira da Silva	Especialista
Rosângela Barbosa da Silva	Mestre
Emmanuel de Nazareth Brasil	Mestre

### III.3.1. Regime de Trabalho do Corpo Docente



O corpo docente do IDP, independente da classe e do nível ao qual esteja enquadrado o profissional docente, está sujeito à prestação de serviços semanais em um dos seguintes regimes:

I - Regime de Tempo Integral - TI, com obrigação de prestar 40 horas semanais de trabalho, sendo 20 horas em aula e 20 horas em estudos, pesquisas, extensão, produção científica e intelectual, planejamento e avaliação;

II - Regime de Tempo Parcial - TP, com obrigação de prestar de 12 até 39 horas semanais de trabalho em aulas, sendo 25% da carga horária destinada a estudos, pesquisas, extensão, produção científica e intelectual, planejamento e avaliação;

III - Regime Horista - HA, para os que percebem seus vencimentos em função apenas das horas-aula contratadas.

As horas de trabalho não utilizadas em atividades de ensino são distribuídas em preparo de aulas, assistência aos alunos, preparação e correção de provas e exames, pesquisas, funções administrativas, reuniões em órgãos colegiados, participação em eventos de capacitação, trabalhos práticos ou atividades de assessoria e extensão.

O regime de trabalho do corpo docente permite o atendimento integral da demanda existente, considerando a dedicação à docência, o atendimento aos discentes, a participação no colegiado, o planejamento didático e a preparação e correção das avaliações de aprendizagem, havendo documentação sobre as atividades dos professores em registros individuais de atividade docente, utilizados no planejamento e gestão para melhoria contínua. A seguir, regime de trabalho dos professores.

Quadro – Regime de Trabalho do Corpo Docente

Nome	Regime de Trabalho
Bruno Saboya de Aragão	Integral
Ricardo Ken Fujihara	Parcial
Vinicius Pedreira Barbosa da Silva	Parcial
Maíra de Deus Brito	Parcial
João Gabriel de Moraes Souza	Parcial
Mathias Schneid Tessmann	Integral
Lana Montezano da Silva	Parcial
Suelem dos Santos Pereira Barroso	Parcial
Roberta Moreira Wichmann	Integral
Bárbara Lima Vieira	Integral
Thiago Costa Monteiro Caldeira	Integral
Carlos Leonardo Gomes Vidal	Parcial
André Luiz Alves Rabelo	Parcial
Patrícia Reis Ferreira da Silva	Horista
Rosângela Barbosa da Silva	Horista
Emmanuel de Nazareth Brasil	Integral



### III.3.2. Experiência Profissional do corpo docente

Um dos principais diferenciais do IDP é certamente a qualificação de seu corpo docente. Com uma combinação de experiência e talento, o corpo docente do IDP é formado por Mestres, Doutores e profissionais com ampla e reconhecida atuação em sua respectiva área de formação. Esse é um aspecto fundamental dos programas de ensino do IDP, uma vez que permite expor, analisar e discutir com os estudantes as formas e aplicação prática do ferramental teórico aprendido em cada uma das disciplinas.

Dessa forma, apesar de não haver requisito quanto ao tempo mínimo, o corpo docente do curso possui relevante atuação profissional não acadêmica com importante impacto na experiência de aprendizagem dos alunos especialmente no que tange a aplicação prática e à interação de conteúdos e problemas oriundos do mundo do trabalho, favorecendo a compreensão da aplicação da interdisciplinaridade no contexto laboral.

A experiência profissional do corpo docente é levada em conta na seleção de professores como estratégia para compor o quadro do curso, bem como uma das formas de facilitar o desenvolvimento do processo de ensino-aprendizagem, em razão de conteúdo específicos das disciplinas. A seleção é realizada pela coordenação do curso, auxiliado pela Coordenação Pedagógica, observados os critérios de seleção e contratação definidos no Plano de Desenvolvimento Institucional .

Em relação à experiência profissional, são priorizadas contratações de docentes que possuam mais de 03 anos de experiência, alcançando, desta forma, o nível de excelência preconizado pelo indicador de máxima qualidade do Sinaes. Isso garante o conhecimento necessário e compatível para o bom desenvolvimento da organização curricular, que é fundamentada nas diretrizes curriculares nacionais na educação superior e nas exigências das disposições legais, bem como em consonância com as condições impostas pelo mundo contemporâneo.

Considerando o perfil do egresso constante no PPC, as experiências no mercado de trabalho são fatores de fundamental importância para uma atuação responsável, pois definem o desempenho do docente em sala de aula. Isso permite que pode ser caracterizada a sua capacidade para apresentar exemplos contextualizados com relação a problemas práticos, aplicando a teoria ministrada em diferentes unidades curriculares.

A experiência profissional do docente também influencia no modo de interação do conteúdo com a prática, o que resulta na compreensão e aplicação da interdisciplinaridade no contexto laboral, considerando o conteúdo que deve ser abordado para os profissionais da área.

A seguir, quadro com a experiência profissional do corpo docente, em anos.

Quadro – Experiência Profissional do Corpo Docente

Nome	Experiência Profissional (em Anos)
<b>Bruno Saboya de Aragão</b>	6
<b>Ricardo Ken Fujihara</b>	27
<b>Vinicius Pedreira Barbosa da Silva</b>	0
<b>Maíra de Deus Brito</b>	14





Nome	Experiência Profissional (em Anos)
João Gabriel de Moraes Souza	0
Mathias Schneid Tessmann	15
Lana Montezano da Silva	24
Suelem dos Santos Pereira Barroso	11
Roberta Moreira Wichmann	12
Bárbara Lima Vieira	6
Thiago Costa Monteiro Caldeira	17
Carlos Leonardo Gomes Vidal	30
André Luiz Alves Rabelo	9
Patrícia Reis Ferreira da Silva	0
Rosângela Barbosa da Silva	0
Emmanuel de Nazareth Brasil	7

### III.3.3. Experiência no exercício da Docência Superior

Para garantir o conhecimento necessário e compatível para o bom desenvolvimento da organização curricular, é fundamental a experiência no exercício da docência superior. Dessa forma, os docentes dos cursos do IDP possuem em sua quase totalidade, ao menos 03 anos de experiência no exercício da docência superior, alcançando, desta forma, o nível de excelência preconizado pelo indicador de máxima qualidade do Sinaes. Isso garante o conhecimento necessário e compatível para o bom desenvolvimento da organização curricular, que é fundamentada nas diretrizes curriculares nacionais para o curso e nas exigências das disposições legais, assim como em condições impostas pelo mundo contemporâneo.

Com base no perfil do egresso constante no PPC, a experiência no exercício da docência superior são fatores de fundamental importância para uma atuação responsável, pois definem o desempenho do docente em sala de aula. Desse modo, pode ser caracterizada a sua capacidade para promover ações que permitirão identificar as dificuldades dos estudantes, expor o conteúdo em linguagem inovadora, observando as características de cada turma e apresentar exemplos contextualizados com os conteúdos dos componentes curriculares.

A constante atualização do docente conduzida e estimulada pelos Objetivos Institucionais do IDP também influencia no modo de elaborar atividades específicas para (i) promoção da aprendizagem dos estudantes com dificuldades; (ii) nas avaliações diagnósticas, formativas e somativas; (iii) na utilização dos resultados para redefinição de sua prática docente no período; (iv) no exercício de liderança e (v) no reconhecimento através da sua produção acadêmica. Por fim, a tabela a seguir traz a atual composição do corpo docente do curso de Publicidade e Propaganda do IDP.

Quadro – Experiência na Docência Superior do Corpo Docente

Nome	Experiência na Docência Superior (em Anos)
Bruno Saboya de Aragão	4



Nome	Experiência na Docência Superior (em Anos)
Ricardo Ken Fujihara	5
Vinicius Pedreira Barbosa da Silva	4
Maíra de Deus Brito	5
João Gabriel de Moraes Souza	11
Mathias Schneid Tessmann	5
Lana Montezano da Silva	12
Suelem dos Santos Pereira Barroso	1
Roberta Moreira Wichmann	6
Bárbara Lima Vieira	3
Thiago Costa Monteiro Caldeira	9
Carlos Leonardo Gomes Vidal	17
André Luiz Alves Rabelo	3
Patrícia Reis Ferreira da Silva	1
Rosângela Barbosa da Silva	7
Emmanuel de Nazareth Brasil	1

### III.4. Atuação do Colegiado do Curso

O Colegiado do Curso é um órgão institucional da natureza consultiva e deliberativa estabelecido no âmbito do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda com o objetivo de discutir, propor e aprovar iniciativas de modernização do curso, de atualização das diretrizes gerais das disciplinas, ementas e componentes curriculares do curso. Trata-se, portanto, de instância fundamental para o desenvolvimento didático-pedagógico do curso.

A coordenação didática do curso está a cargo de um Colegiado de Curso, constituído pelo Coordenador do Curso, seu presidente, por cinco representantes docentes, escolhidos pelo Colegiado, na última sessão do ano letivo, entre os voluntários, ou, não os havendo, por indicação, e por 01 (um) representante do corpo discente. O representante do corpo discente deve ser aluno do curso, indicado por seus pares.

O Colegiado do Curso de Publicidade e Propaganda atua, está institucionalizado, possui representatividade dos segmentos, reúne-se com periodicidade determinada, sendo suas reuniões e as decisões associadas devidamente registradas em atas, havendo um fluxo determinado para o encaminhamento das decisões, dispõe de sistema de suporte ao registro, acompanhamento e execução de seus processos e decisões e realiza avaliação periódica sobre seu desempenho, para implementação ou ajuste de práticas de gestão.

As normas de funcionamento do Colegiado do Curso estão previstas no Regulamento do Colegiado do Curso, que estabelece, entre outras disposições, que a função do Colegiado de Curso é atuar como instância consultiva e deliberativa responsável pela coordenação didática do curso, por meio da aperfeiçoamento contínuo do perfil científico do curso e das diretrizes gerais das disciplinas, com suas ementas e respectivos planos de ensino, assim como deliberar



sobre a matriz curricular do curso e suas alterações com a indicação das disciplinas e respectiva carga horária, de acordo com as diretrizes curriculares emanadas do Poder Público e conforme recomendações do Núcleo Docente Estruturante.

O Colegiado é constituído pelo Coordenador do Curso, que o preside, por cinco representantes docentes, escolhidos pelo Colegiado, na última sessão do ano letivo, e por um representante do corpo discente, que deve ser aluno regular do curso indicado ou eleito pelo corpo discente. Por oportuno, deve-se registrar que o representante discente deverá ser nomeado após a abertura do curso.

As reuniões são realizadas mensalmente, divulgadas com anterioridade e devidamente registradas em ata e encaminhadas em fluxo próprio de registro e acompanhamento das atividades internas do Colegiado. A primeira reunião do Colegiado deverá ocorrer em até 30 (trinta) dias após a autorização de abertura do curso.

De acordo com o Regimento do IDP, compete ao Colegiado de Curso:

- I. Discutir as propostas do Núcleo Docente Estruturante de fixar o perfil do curso e das diretrizes gerais das disciplinas, com suas ementas e respectivos programas;
- II. Discutir as propostas do Núcleo Docente Estruturante e elaborar o currículo do curso e suas alterações, com indicação das disciplinas e respectiva carga horária, de acordo com as diretrizes curriculares emanadas do Poder Público e do Consaepe;
- III. Promover a avaliação do curso, fornecendo subsídios para a Comissão Própria de Avaliação;
- IV. Sugerir projetos de extensão e de educação continuada;
- V. Zelar pela qualidade do ensino dos cursos e auxiliar a avaliação interna deles;
- VI. Colaborar com os demais órgãos do IDP - BSB no âmbito de sua atuação;
- VII. Exercer outras atribuições de sua competência, em conformidade com o respectivo Regulamento.

Além disso, o Colegiado do Curso deve desenvolver e publicar relatório semestral de autoavaliação sobre o funcionamento do Colegiado e sobre os processos de aperfeiçoamento do curso em andamento, com o encaminhamento e acompanhamento das decisões do Colegiado e com proposta de pautas para o próximo semestre, a ser disponibilizado à Coordenação do Curso e aos docentes e discentes interessados.

O fluxo decisório nas reuniões do órgão colegiado de curso tem como base as seguintes orientações:

- a) a pauta da reunião deve ser informada em até 48 horas antes da mesma pelo presidente do órgão colegiado de curso, sendo que as sugestões de temas a serem discutidos podem ser feitas pelo presidente ou qualquer outro membro do órgão;
- b) exposto os temas da pauta, cada item deve ser descrito especificamente, refletido, arguido pelos membros presentes e decidido ou demandar ação complementar;
- c) a elaboração de documentos, realização de estudos, preparação de materiais, acompanhamento das ações decorrentes as decisões e/ou execução de tarefas terá a designação de um responsável pela atividade e estabelecido um prazo de entrega;



- d) na reunião posterior, os assuntos pendentes ou que precisavam de complementação serão retomados na discussão para finalização;
- e) o órgão colegiado de curso analisará os resultados das decisões tomadas e avaliará necessidades de mudança, caso necessário.

Para o encaminhamento das decisões foram estabelecidos fluxos específicos a partir das competências do órgão colegiado de curso.

A avaliação sobre o desempenho do órgão colegiado de curso será realizada semestralmente, por seus integrantes, com o objetivo de implementar ou ajustar práticas de gestão.

Serão objeto de avaliação, em relação ao desempenho do órgão colegiado de curso, os seguintes aspectos:

- a) cumprimento do calendário de reuniões ordinárias;
- b) frequência dos membros do órgão;
- c) dinâmica funcionamento das reuniões;
- d) média de prazo para decidir;
- e) cumprimento das atribuições regimentais.

Caberá ao Coordenador de Curso produzir relatório semestral sobre o desempenho do órgão colegiado de curso, considerando os aspectos acima apontados.

Em reunião, o relatório será apresentado ao órgão colegiado de curso para discussão e providências. A partir dos resultados obtidos, poderão ser adotados ajustes nas práticas de gestão, considerando os pontos críticos verificados na avaliação sobre o desempenho do órgão colegiado de curso.

Os dados finais serão encaminhados para os órgãos da administração superior, para validação e, se necessária, providências de ajustes demandas.

### **III.5. Produção Científica, Cultural ou Tecnológica do Corpo Docente**

O IDP se compromete a auxiliar seu corpo docente no que tange a produção científica e o avanço das áreas da ciência como um todo. Assim, o Centro de Pesquisa do IDP – CEPES - é o órgão institucional que tem como função principal o aprimoramento da pesquisa e extensão no âmbito do IDP , desempenhando o papel de integrar a graduação, a pós-graduação lato sensu e o mestrado, de forma a promover o diálogo construtivo entre todos.

O CEPES atua na implementação de políticas de pesquisa e iniciação científica, nos termos dos regulamentos próprios, fomenta semestralmente a criação de grupos de pesquisa e de grupos de estudo. A diferença estabelecida institucionalmente entre os grupos de pesquisa e de



estudo é que os grupos de pesquisa são liderados obrigatoriamente por professores doutores da graduação, pós-graduação, mestrado e doutorado e registrados no Cnpq, com o objetivo de desenvolver um projeto de pesquisa. Os grupos de estudos podem ser liderados por professores especialistas, mestres e doutores e podem ter outras finalidades, além do desenvolvimento de projetos de pesquisa, como estudos de teorias/autores, preparação de alunos para campeonatos, desenvolvimento de projetos de iniciação científica etc.

A participação nos grupos de pesquisa e de estudo são abertas para os alunos de todos os níveis de ensino da Instituição: graduação, pós-graduação, mestrado e doutorado. Destaca-se os grupos de pesquisa já em desenvolvimento na instituição: Business Lab (grupo de pesquisa em empreendedorismo); Equity Research (grupo de estudos de mercado financeiro e investimentos); Sci Lab (grupo de estudos de discussões sobre trabalhos científicos); LAIPP (laboratório de estudos de políticas públicas). A criação de novos grupos de estudos e de pesquisa é permitida com a aprovação da coordenação do curso.

Além da produção institucional, a coordenação e o NDE procuram observar que todos os professores-tutores, além de titulados em Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu, apresente produção intelectual de elevada qualidade, diversidade e atualidade. Nesse particular, cabe destacar que a maioria do corpo docente deve ter mais do que 5 (cinco) produções científicas, culturais, artísticas ou tecnológicas nos últimos três anos. Consideram-se publicações diversas, como livros, capítulos de livros, artigos em periódicos científicos qualificados, trabalhos completos publicados em anais de eventos, produção técnica, entre outros.

Assegura-se, assim, que o corpo docente se destaque tanto pela formação e produção intelectual quanto pela maturidade profissional, o que garante a sustentação acadêmica-profissional necessária à formação do egresso almejada no Projeto Pedagógico do Curso.



## IV. Infraestrutura e Instalações Acadêmicas

Nos termos da Resolução Consaepe nº 013/2021, o endereço de oferta do curso de Publicidade e Propaganda é SGAN 609 A e B, Asa Norte – Brasília/DF .

As instalações prediais foram projetadas para atender às finalidades educacionais e às especificações técnicas quanto às dimensões, iluminação, ventilação, acústica, climatização e acomodação.

### IV.3. Sala de professores

#### **Sala de Professores**

A sala dos professores foi projetada para oferecer conforto, tecnologia e integração entre os docentes. É bem dimensionada e dotada de isolamento acústico, de iluminação, de ventilação, de mobiliário e de aparelhagem específica, atendendo às condições de salubridade necessárias. Há microcomputadores conectados à Internet, mesas, cadeiras e armários.

Assim sendo, a sala coletiva de professores viabiliza o trabalho docente, possui recursos de tecnologias da informação e comunicação apropriados para o quantitativo de docentes, permite o descanso e atividades de lazer e integração e dispõe de apoio técnico-administrativo próprio e espaço para a guarda de equipamentos e materiais.

#### **Gabinetes de Trabalho para Docentes em Tempo Integral**

São disponibilizados espaços de trabalho para a coordenação de curso e para os integrantes do NDE, professores de tempo integral e professores de tempo parcial, todos equipados com microcomputadores conectados à Internet. Há também uma sala de reunião onde os professores e coordenadores podem atender alunos e orientandos com privacidade e conforto.

Dessa forma, os espaços de trabalho para docentes em tempo integral viabilizam ações acadêmicas, como planejamento didático-pedagógico, atendem às necessidades institucionais, possuem recursos de tecnologias da informação e comunicação apropriados, garantem privacidade para uso dos recursos, para o atendimento a discentes e orientandos, e para a guarda de material e equipamentos pessoais, com segurança.

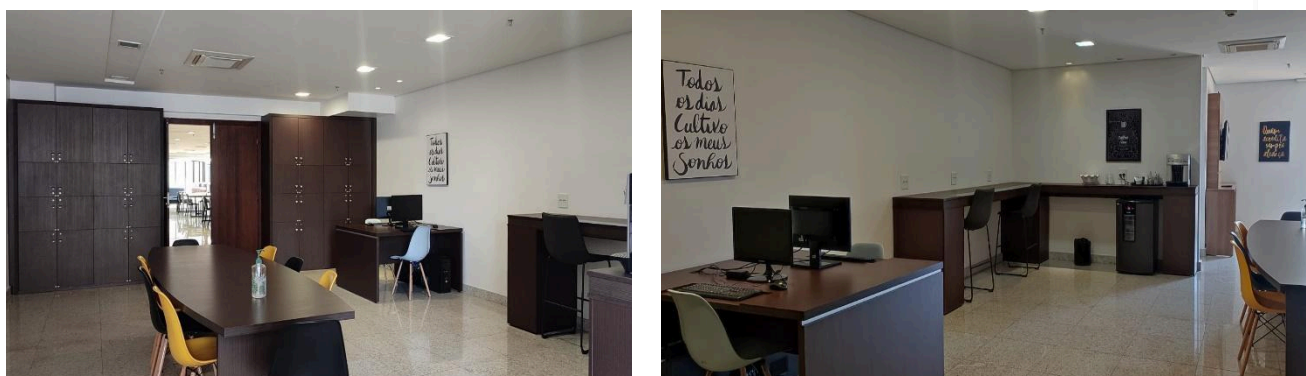


Figura 5: Sala dos Professores

Tabela 7: Descritivo da sala de professores

Andar	Dependências	Quantidade	Área total (m <sup>2</sup> )	Recursos
1º andar	Sala dos professores	01	65,54	<p>Recursos tecnológicos/inovadores: Pacote Office 365 que vem com vários programas, o software Canvas, livros digitais pela Minha Biblioteca e RP/RM para lançamento de notas e presenças digital.</p> <p>Equipamentos tecnológicos: Computadores e impressora.</p> <p>Recursos para atividades de lazer e integração: 1 Tv Lg de 50”, tv a cabo - (Sky), 1 frigobar, mesa de apoio para lanches, 1 máquina de café, mesas retangulares com cadeiras e sofás.</p> <p>Mobiliário: mesas coletivas e individuais, cadeiras ergonômicas, quadros decorativos.</p> <p>Espaço para a guarda de equipamentos e materiais</p> <p>Banheiros: Masculino e Feminino</p> <p>Acesso à internet por meio Wireless.</p> <p>Ambiente climatizado com ar condicionado e janelas.</p>

#### IV.4. Coordenação do curso

O espaço de trabalho para os Coordenadores de Curso atende às necessidades institucionais, viabilizando ações acadêmico-administrativas e permitindo o atendimento de indivíduos ou grupos com privacidade.



O espaço é dotado de equipamentos adequados e de infraestrutura tecnológica diferenciada, que possibilita formas distintas de trabalho.

Assim, o espaço de trabalho para o coordenador viabiliza as ações acadêmico-administrativas, possui equipamentos adequados, atende às necessidades institucionais, permite o atendimento de indivíduos ou grupos com privacidade e dispõe de infraestrutura tecnológica diferenciada, que possibilita formas distintas de trabalho.

O IDP apresenta plano de avaliação periódico dos espaços e de gerenciamento da manutenção patrimonial, descritos no item “7.1.14. Plano de Avaliação Periódica dos Espaços e Gerenciamento da Manutenção Patrimonial” do PDI.

Tabela 8: Descritivo do espaço de Coordenadores

Andar	Dependências	Quantidade	Área total (m <sup>2</sup> )	Recursos
1º andar	Sala da Coordenação	01	08,34	Recursos tecnológicos/inovadores: Pacote Office 365 que vem com vários programas, o software Canvas e livros digitais pela Minha Biblioteca. Equipamentos tecnológicos: Computador e impressora. Mobiliário: Mesa redonda para atendimento coletivo, armário, quadro de aviso, mesas retangulares para atendimento individual e cadeiras ergonômicas. Acesso à internet por meio Wireless. Ambiente climatizado com ar condicionado.

## IV.5. Atendimento ao Discente

O IDP oferece salas de atendimentos modernas, tecnológicas, confortáveis e funcionais para os discentes, com possibilidades de implementação de várias formas de atendimento.

O pessoal técnico de apoio à Coordenação do Curso é composto por auxiliares administrativos que possuem habilidades para os serviços específicos e o atendimento aos alunos e aos professores.





Tabela 9: Descritivo de Áreas de atendimento ao Discente

Andar	Dependências		Quantidade	Área total (m <sup>2</sup> )	Recursos
1º Andar	Instalações Administrativas	Central de Relacionamento	01	20,69	<p><b>Recurso tecnológicos/inovadores:</b> É disponibilizado para os funcionários o Pacote Office 365 que vem com vários programas para produzir e editar diferentes documentos do dia a dia, além dos softwares RM, RD Station e PowerBI como ferramenta para auxiliar nos processos administrativos da área.</p> <p><b>Equipamentos:</b> Computadores, impressoras multifuncionais.</p> <p><b>Mobiliário:</b> Estações de trabalho, armários, quadro de aviso, cadeiras ergonômicas e armário de arquivos</p> <p>Acesso à internet por meio Wireless</p> <p>Ambiente climatizado com ar-condicionado</p>
		Sala de atendimento ao aluno	01	17	<p><b>Equipamentos tecnológicos:</b> Computador e impressora.</p> <p><b>Mobiliário:</b> mesa retangular, cadeiras ergonômicas, armário e quadros decorativos.</p> <p>Acesso à internet por meio Wireless.</p> <p>Ambiente climatizado com ar-condicionado.</p>

## IV.6. Salas de Aula

O IDP - BSB possui infraestrutura com salas de aulas bem dimensionadas, considerando a quantidade e o número de alunos por turma, dotadas de isolamento acústico, iluminação, ventilação, mobiliário e aparelhagem específica, atendendo a todas as condições de salubridade.

As salas de aula possibilitam o conforto e a comodidade necessários às atividades desenvolvidas, as cadeiras são de modelo moderno e confortável seguindo as normas da ABNT. As mesas possuem formato diferente do padrão, o que permite ao professor mudar a organização da sala de aula e criar ilhotas. Isso permite uma interação entre os alunos maior e possibilita novas abordagens para a exposição do conteúdo e para a dinâmica da aula.





Figura 7: Exemplos de salas de aula

<i>Salas</i>	<i>Dimensão M<sup>2</sup></i>	<i>Capacidade</i>	<i>Nº de aparelho de ar-condiciona do</i>	<i>Nº de quadro s brancos</i>	<i>Nº de quadro s de aviso</i>	<i>Nº de cadeira s</i>	<i>Nº de projeto r e tela de projeção</i>
<b>Térreo</b>							
<i>Sala 01 - Maker Space</i>	90	36	3	1	1	36	1
<i>Sala 02- Lab. Dell</i>	85,93	35	2	1	1	35	1
<i>Sala 03 - Lab. Imac</i>	84,59	34	2	1	1	34	1
<i>Sala 04 - Business Community</i>	89,73	40	2	1	1	40	2
<i>Sala 05</i>	63,32	32	2	1	1	32	1
<i>Sala 06 -Estúdio de Comunicação</i>	66	29	2	0	1	29	1
<b>1º andar</b>							
<i>Salas</i>	<i>Dimensão M<sup>2</sup></i>	<i>Capacidade</i>	<i>Nº de aparelho de ar-condiciona do</i>	<i>Nº de quadro s brancos</i>	<i>Nº de quadro s de aviso</i>	<i>Nº de cadeira s</i>	<i>Nº de projeto r e tela de projeção</i>
<i>Sala 101</i>	108,89	33	2	1	1	33	2
<i>Sala 102</i>	86,82	31	2	1	1	31	2
<i>Sala 103</i>	89,81	29	2	1	1	29	2
<i>Sala 104</i>	87,06	24	2	1	1	24	2
<i>Sala 105</i>	85,12	29	2	1	1	29	2
<i>Sala 106</i>	119,83	61	2	1	1	61	2
<i>Sala 107</i>	58,23	33	2	1	2	33	2
<i>Sala 108</i>	50,92	36	2	1	1	36	1
<i>Sala 109</i>	39,41	15	2	1	1	15	1



<i>Sala 110</i>	60,88	48	3	1	1	48	1
<b>2º andar</b>							
<i>Salas</i>	<i>Dimensão M²</i>	<i>Capacidade</i>	<i>Nº de aparelho de ar-condicionado</i>	<i>Nº de quadros brancos</i>	<i>Nº de quadros de aviso</i>	<i>Nº de cadeiras</i>	<i>Nº de projetor e tela de projeção</i>
<i>Sala 201</i>	63	22	2	1	1	22	0
<i>Sala 202</i>	57,06	28	2	1	1	28	0
<i>Sala 203</i>	60,43	32	2	1	1	32	0
<i>Sala 204</i>	83	40	2	1	1	40	1
<i>Sala 205</i>	64,72	24	2	1	1	24	0
<b>1º SS</b>							
<i>Salas</i>	<i>Dimensão M²</i>	<i>Capacidade</i>	<i>Nº de aparelho de ar-condicionado</i>	<i>Nº de quadros brancos</i>	<i>Nº de quadros de aviso</i>	<i>Nº de cadeiras</i>	<i>Nº de projetor e tela de projeção</i>
<i>Estúdio de Projetos I</i>	70,35	24	1	1	1	24	1
<i>Ateliê de Desenho</i>	92,54	21	1	1	1	21	1
<i>Laboratório de Conforto</i>	64,91	25	1	1	1	25	1

Assim sendo, as salas de aula atendem às necessidades institucionais e do curso, apresentando manutenção periódica, conforto, disponibilidade de recursos de tecnologias da informação e comunicação adequados às atividades a serem desenvolvidas, flexibilidade relacionada às configurações espaciais, oportunizando distintas situações de ensino-aprendizagem, e possuem outros recursos cuja utilização é comprovadamente exitosa.

## IV.7. Acesso dos alunos a equipamentos de informática

Os alunos podem acessar os equipamentos na biblioteca e nos laboratórios de informática. Os laboratórios de informática estão equipados com microcomputadores e nobreak. Todos os equipamentos encontram-se interligados em rede e com acesso à Internet.

A comunidade acadêmica tem acesso livre aos laboratórios em horário de funcionamento, exceto quando estiver reservado para a realização de aulas práticas por algum professor da



Instituição. O espaço físico é adequado ao número de usuários, às atividades programadas e ao público ao qual se destina e estão adaptados aos portadores de necessidades especiais

O IDP investe na expansão e na atualização dos recursos de informática, na aquisição de recursos multimídia e na utilização de ferramentas de tecnologia da informação. Para tanto, é destinado percentual de sua receita anual para a aquisição de equipamentos, microcomputadores e softwares utilizados em atividades práticas e laboratórios dos cursos oferecidos.

O planejamento econômico-financeiro é elaborado de modo a garantir a compatibilidade entre as ações planejadas e os investimentos necessários à sua viabilização. Visando assegurar a compatibilidade entre receitas e investimentos necessários à implantação do projeto institucional, previsto no PDI, a Mantenedora aporta, quando necessário, recursos a essa destinação. O acesso dos alunos aos equipamentos de informática e também aos equipamentos de tecnologia diversos é feito mediante pedido de reserva com a coordenação do curso.

#### **IV.7.1. Infraestrutura Tecnológica**

Os equipamentos de informática e internet são atualizados e em número adequado para a quantidade de usuários. Os terminais são localizados nos laboratórios, secretarias, sala dos professores, coordenação, Help Desk e setores administrativos.

Relacionado ao acesso dos alunos aos equipamentos de informática, na sede são disponibilizados notebooks com acesso à Internet para atendimento a alunos que eventualmente não tenham seu equipamento próprio, no total de 232.

Os discentes também utilizam para suas atividades e pesquisas os computadores instalados na sala de estudos da Biblioteca. Os equipamentos e materiais disponíveis para os discentes são em quantidade suficiente para o desenvolvimento das atividades acadêmicas, compatíveis com a proposta pedagógica de cada curso.

A acessibilidade de rede internet/intranet em velocidade desejável, tendo em vista que o perfil de alunos do IDP - BSB tem seus próprios equipamentos e quando não, podem fazer uso dos equipamentos disponibilizados pelo Help Desk, é o foco da infraestrutura de informática.

Para tanto, nossa rede de internet conta com link de acesso à internet redundante com velocidade principal de 300Mbps e velocidade backup de 300Mbps, com funcionamento 24 horas e um outro link de acesso à internet de trânsito (PTT) de 1Gbps.

#### **IV.7.2. Recursos de informática**

Todas as salas de aula são equipadas com pontos físicos de acesso à internet, além da rede wireless presente em todo o campus, como apontado no item "Laboratórios".



Anualmente, são revistas todas as necessidades de atualização tecnológica do parque de equipamentos, sistemas e softwares do IDP - BSB. Este plano envolve a aquisição anual de: estações de trabalho, notebooks para uso interno, impressoras, servidores de rede, equipamentos de rede (switches e roteadores), softwares acadêmicos, sistemas operacionais e licenças do Microsoft Campus Agreement.

Tabela 11: Recursos Tecnológicos disponíveis aos Alunos

Recurso	Descritivo
Portal do Aluno	Disponibiliza todas as informações importantes para a vida acadêmica e social do aluno, acesso aos dados de registro acadêmico, solicitações à secretaria, bem como comunicados sobre eventos promovidos pelo IDP - BSB.
Rede Local de Computadores	São 232 pontos de rede, dos quais 232 são exclusivos para alunos. Além destes pontos de rede distribuídos nos laboratórios, Help Desk e biblioteca, há rede wireless em todo o campus por meio de 175 antenas.
Computadores para uso em salas de aula, salas de estudo e biblioteca	Estão disponíveis para os alunos 225 notebooks Dell e Lenovo (config. mín. i5, 4Gb com Windows 7 e pacote office) e um total 123 Desktops (config. mín. i5, 8GB, 250GB, LCD 17).

Tabela 12: Recursos tecnológicos disponíveis à Comunidade Acadêmica

Recurso	Descritivo
Impressoras	Na reprografia, uma impressora laser, monocromática, marca HP LaserJet, modelo 4015, conectada em rede, com capacidade de impressão de 52 ppm. Perto das salas de aulas, estão três impressoras monocromáticas, marca HP Universal Printing, modelo PCL 6, conectada em rede, com capacidade de impressão de 45 ppm cada uma.
Datacenter (CPD)	Datacenter está equipado com 6 servidores físicos e 136 servidores virtuais que operam em uma moderna plataforma de virtualização e armazenamento de dados. Estão associadas a estes equipamentos as funções de servidor de arquivos, controladores de domínio, bancos de dados, correio eletrônico, webserver, telefonia, firewall, servidor de aplicativos e sistemas.
Recursos de internet e intranet	Link de acesso à internet redundante com velocidade principal de 100Mbps e velocidade backup de 100Mbps, com funcionamento 24 horas e um outro link de acesso à internet de trânsito (PTT) de 1Gbps. Acervo digital: acesso local e online para as bases de dados bibliográficas referenciais e textuais e acesso local para as bases de dados econômicos e financeiros.
Web site Intranet com conteúdo acadêmico para uso pelos alunos	Podem ser encontradas todas as informações referentes ao curso, tais como programação do curso e das aulas, grades curriculares, calendários, disciplinas, bibliografias, notas de aula, exercícios e provas. O acesso à Intranet pode ser feito interna e externamente, caracterizando uma Extranet com alcance global.
Programas de computador disponíveis	MS Windows 2008/2012 Server; Linux; MS SQL 2008 Server R2; MS Project Server 2013; Windows 7/10 Professional; MS Office 2010, 2013 e 2016 Professional; MS Project 2010 e 2013 Professional; MS Visio 2010 e 2013 Professional; Checkpoint Firewall-1 R77.30 GAIA; Antivírus TrenMicro e Office 365.



Softwares e Bases de dados de utilização acadêmica	.Net 3.0	.NET Framework	3D Engrave
	3D systems	3DEditPro	3DPrint
	7-ZIP	Academic OneFile	Ananas - MODBUS
	Ansys	Arduino IDE	Atmel Studio
	Atollic	Autodesk Autocad	Autodesk Eagle
	Autodesk Fusion	Autodesk Inventor	Bloomberg
	BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações		BOP – Balance of Payment
	Busca de dissertações	Busca de TCCs	Busca integrada
	Capital IQ	CidepeLabv4	Circuit Desing (Multisim)
	CircuitLab	Clickmill	Click-Mill
	CodeSys	Comdinheiro	Control Center
	CopperCam	CutStudio	Datastream
	DOAJ – Directory of Open Access Journals		Dr. Engrave
	E-Books - Elsevier	Ebsco	Economática
	Edu Pack	Eikon	Elipse E3
	Elipse Manager		
	Engeman	Engine Analyze	Esprit – CAM
	Euromonitor	Eviews	Factory I/O
	Femap with NX Nastran: Basic Educational License		FlatCam
	FuidSim5-P	Fritzzing	Frontier
	Gauss	GerberCam	GIMP
	HEEDS Academic Teaching Package (50 seats)		Insight
	IFS – International Financial Statistics		Inskcape
	IPEA Data	JCR – Journal Citation Reports	Jstor
	Keysight (dataloggers)	Keysight View	Labcenter Proteus
	LabView**	LabVolt - Softwares	Latindex
	Lexml	Libelula	LindPhone
	Livre!	LMS Imagine. Lab Amesim Academic Bundle	
	LMS Imagine.Lab standard	MarketBot Desktop	Mat Lab
	MatLab	Microvision Keil – Licença FlexLM	
	NDLTD – Networked Digital Library of Theses and Dissetations	NOTEPAD++	
	NX Academic CAE+AM - Siemens	Object Materials	
	NX Academic Core+CAD - Siemens	Object Studio	
	OPC Core	PCB-Gcode – Puglins Eagle	Plant Simulation Education



Plugin LabView MultSim	Plugin Quanser (MatLab)	Portal de Periódicos da Capes
Product Costing - Profitability	Product Costing – Purchasing User Bundle	
Quark – Pacote para o MatLab	RD Works	REALTERM
Redalyc	Repetier Host	Revista dos Tribunais Online
Roland 2.5	Runrun.it	Scielo
Science Direct	Scopus	SEADE
Siemens	Siemens TIA Portal	SIMATIC IT 850 Credits
Simatic S7 PLCSIM	Simatic StartDrive	Simplify 3D
Simcenter 3D Academic Bundle	Software Techtronix	
Software Robô Kuka	Solid Edge	SolidCAM
Solid Edge University Edition w/NX	SolidCAM Educational	
SolidWorks	SolidWorks*	SRP – Player
SSRN – Social Science Research Network	STAR-CCM+ Academic Pack	
STAR-CCM+ Academic POD	STAR-CCM+ up to 10 users 1y all training	
Stata	STM-32 FOC	STM-32 FOC SDK v4.3
STM-32 ST-link Utility	STM-CUBE	STMCWB
SuperDrive G2 13.0.0.3103	Suspension Analyze	Teamcenter Deployment
Teamcenter Community – Collaboration Bundle		Teamcenter Unified Academic
Tecnomatix Manufacturing Acad Perpetual License		TeraTerm
TG20000 - Learning Advantage Academic Membership for Learners enables academic institutions to purchase an extra pool of memberships that they can be shared with users in their corporate account		
TG20000E - Learning Advantage Academic Membership for Educators provides academic institutions the resource to teach their students how to use Siemens PLM Products		
TG21000 - Learning Advantage Academic Membership is for a student, enrolled at a participating academic institution, who needs to gain skills and knowledge of Siemens PLM Software solutions through a library of self-paced courses and assessments		
Thermo - Biblioteca	Thermo Scientific – IS5	Thermo Scientif – Omnic
Training for Preactor APS Teaching Pack	Udemy	
Valor Pró	V-Assistant	V-Carve for ShopBot
Verificar ToolBox Robótica	Virtualbox	Vlex
Voxelizer	V-Panel	WaveForms



	Web of Science	WEG USB Driver V10.0	WintPlot
<b>Softwares de pesquisa</b>	Qualtrics – modelagem de pesquisa e experiência do cliente		
<b>E-mail</b>	Os alunos possuem acesso a plataforma office 365 com direito a onedrive (1TB), Office Online e e-mail for life.		

## IV.8. Auditório

Em 2022, o IDP inaugurou seu auditório da Asa Norte e, desde então, esse sedia grandes congressos, seminários e palestras, um espaço ambivalente para diversas atividades culturais. Com capacidade para 347 pessoas, o auditório foi cuidadosamente projetado para ter uma acústica perfeita. Tem uma área de 435,05m<sup>2</sup>, e conta com sistema de som e ambientação próprios.



Figura 8: Auditório do IDP

## IV.9. Infraestrutura para a CPA

A CPA possui uma sala com uma área de 26,78 m<sup>2</sup>, é compartilhada com as funções administrativas e de gestão acadêmica do IDP. Além disso, para facilitar os trabalhos. O ambiente possui:

- Iluminação - A sala possui boa disposição de luminárias com lâmpadas fluorescentes que atendem muito bem, diminuindo os espaços de sombras.





- **Mobiliário** - Os móveis são compatíveis às atividades exercidas, observando-se sempre a ergonomia mais adequada. As mesas são modernas, as telas dos computadores são planas, o que não acarreta tantos problemas à visão do usuário. Em todas as mesas e ambientes, existem cestos de lixo que atendem o uso durante o horário de expediente, já nos intervalos entre os turnos, a Instituição possui equipe própria de limpeza que realiza toda a remoção de papéis e poeira dos móveis e pisos, mantendo sempre o ambiente higiênico e agradável.
- **Reuniões** - Para realizar as reuniões da CPA serão utilizadas Salas de Aula nos respectivos horários de intervalo.

Assim, a infraestrutura física e tecnológica destinada à CPA atende às necessidades institucionais. O espaço de trabalho para seus membros da CPA é bem dimensionado, dotado de isolamento acústico, iluminação, ventilação, mobiliário e aparelhagem específica, atendendo a todas as condições de salubridade e acessibilidade.

O IDP disponibiliza condições físicas e de tecnologia da informação para a coleta e análise de dados, assim como os recursos tecnológicos para implantação da metodologia escolhida para o processo de autoavaliação institucional e recursos ou processos comprovadamente inovadores.

Tabela 13: Descritivo da sala do CPA

Andar	Dependências	Quantidade	Área total (m <sup>2</sup> )	Recursos
2º andar	Sala de Reunião CPA	01	26,78	Mesa retangular com cadeiras, impressora, armário, quadro de avisos e TV LG

## IV.10. Instalações Sanitárias

O IDP possui conjuntos de instalações sanitárias de fácil acesso aos alunos e funcionários. O tamanho é adequado para as necessidades atuais, com área total de 306,80 m<sup>2</sup> distribuídos em conjuntos femininos, masculinos e para deficientes físicos.

Os conjuntos atendem aos requisitos da vigilância sanitária, estão equipadas com lâmpadas fluorescentes, pontos com cesto de lixo, ampla área acessível visando facilitar a circulação para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida.

A Instituição conta com equipe terceirizada de limpeza que realiza vistoria diária para manter o ambiente sempre higiênico e agradável. Também são realizadas manutenções mensais preventivas em toda parte hidráulica e elétrica nestes ambientes.



Tabela 14: Descritivo das dependências sanitárias

Dependências	Quantidade	Área total (m <sup>2</sup> )	Recursos
Sanitários Femininos	04	38,44	As instalações sanitárias de fácil acesso e compatíveis com o número dos usuários projetado.
Sanitários Masculinos	04	38,44	As instalações sanitárias de fácil acesso e compatíveis com o número dos usuários projetado.
Sanitários PNE	03	4	As instalações sanitárias de fácil acesso e compatíveis com o número dos usuários projetado. Estão adaptadas aos portadores de necessidades especiais.

## IV.11. Espaços de Convivência e de Alimentação

O IDP oferece áreas de convivência, ambientes projetados para atividades de estudo individual, em grupo, recreação, descanso e eventos culturais.

Tabela 15: Descritivo dos Espaços de Convivência e Alimentação

ANDAR	DEPENDÊNCIAS	QTDE.	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )	RECURSOS
Térreo	Área Externa	01	750	Jardim
Térreo	Lounge	01	392	<b>Equipamentos tecnológicos:</b> Utilização de TV como ferramenta de comunicação visual. <b>Mobiliário:</b> sofás, mesas de apoio, plantas e poltronas individuais. <b>Climatização:</b> fonte de água na área para melhor climatização do ambiente. Acesso à internet por meio Wireless
Térreo	Café	01	134	<b>Equipamentos e utensílios:</b> Máquina de café <b>Mobiliário:</b> mesas coletivas, cadeiras ergonômicas e bancada de apoio. Acesso à internet por meio Wireless
Térreo	Área de Convivência	01	33,77	<b>Mobiliário:</b> sofás, mesas de apoio, plantas, poltronas individuais, puffs e tablado. Acesso à internet por meio Wireless Ambiente climatizado



<b>1º Andar</b>	Praça de Alimentação	01	229	<p><b>Equipamentos tecnológicos:</b> TV como ferramenta de comunicação visual, projetor e tela de projeção</p> <p><b>Mobiliário:</b> mesas em MDF com cadeiras, sofás e bistrôs. <b>Eletrodomésticos:</b> 3 micro-ondas. Acesso à internet por meio Wireless</p> <p>Ambiente climatizado com ar-condicionado.</p>
-----------------	----------------------	----	-----	---

## IV.12. Biblioteca

A Biblioteca Ministro Moreira Alves, situada na unidade do IDP Sul, possui acervo atualizado, contando com exemplares virtuais e/ou físicos, foi estruturada para atender as necessidades de pesquisa e informação. O acervo é amplo, com mais de 25 mil documentos, entre livros, obras de referência, coleções especiais e periódicos científicos. Possui, também, assinatura corrente de periódicos de acordo com a necessidade de cada curso.

A atualização do acervo é feita a partir de bibliografias básicas e complementares contidas no plano de ensino de cada disciplina dos cursos. Os professores, por meio do NDE, elaboram listas de pedido das obras e essas são repassadas aos Coordenadores de Curso e, após aprovação do Colegiado de Curso de Graduação, são encaminhadas à Diretoria para aquisição. São obras que não se restringem ao português e incluem itens em espanhol, inglês, francês, italiano e alemão. Nesse sentido, tem desempenhado o papel de proporcionar um espaço de informação, cultura e fomento à pesquisa. As políticas e diretrizes que norteiam o trabalho da Biblioteca seguem o Plano de Desenvolvimento Institucional.

As normas de manutenção, atualização e expansão do acervo do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília – IDP-BSB, constituem em procedimento de seleção, aquisição e descarte dos materiais defasados com a finalidade de ampliar e atualizar as coleções já existentes.

Um dos diferenciais é a política de acervo digital, trazendo mais acessibilidade aos alunos e, claro, aprofundamento de seus estudos. A biblioteca do IDP também tem participação ativa na vida acadêmica dos alunos, seja nas pesquisas bibliográficas, na elaboração de trabalhos ou divulgando eventos, palestras, entre outros. O prazo de entrega do material ao usuário varia de acordo com a forma de solicitação/envio.

Em relação às ferramentas de acessibilidade e de soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem, o serviço de disponibilização de livros virtuais da MINHA BIBLIOTECA, podem ser citados: realce com opções de cores; anotações; pesquisa por palavra-chave; acesso rápido ao sumário e impressão de parte do conteúdo. Além disso, a Biblioteca dispõe de atendimento diário via e-mail e telefone.

A biblioteca dispõe de plano de contingência que garante a partir do registro documental a estabilidade do serviço de acesso a livros digitais, mantendo servidores simultâneos. O acesso virtual é gerenciado de modo que a garantia de acesso ao serviço é dada mediante à oferta



ilimitada a qualquer conteúdo da plataforma, a qualquer hora do dia via internet. Agora in loco, a garantia do acesso ao conteúdo virtual é realizada utilizando a conexão à Internet da rede do IDP, que se dá a partir da contratação regular de empresa fornecedora de acesso à Internet.

São disponibilizados os seguintes serviços: consulta local; empréstimo domiciliar; reservas e renovações; levantamento bibliográfico; comutação bibliográfica (COMUT); auxílio em pesquisas e acessos às plataformas digitais, empréstimo entre bibliotecas e orientação quanto à normalização bibliográfica (normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT).

A Biblioteca do IDP participa do Programa de Comutação Bibliográfica – COMUT. Através deste serviço, a comunidade acadêmica poderá obter cópias de artigos de periódicos, teses, anais de congressos, relatórios técnicos e partes de documentos disponíveis nos acervos das principais bibliotecas brasileiras.

Para ter acesso ao COMUT, o usuário deverá preencher o formulário de Solicitação de Comutação Bibliográfica que está disponível na Biblioteca. No momento da solicitação é imprescindível a referência bibliográfica completa do documento.

A consulta ao acervo é livre aos usuários internos e externos, que podem dirigir-se às estantes onde estarão dispostas as obras, ou então, aos microcomputadores disponíveis na biblioteca, que permitirão a busca online por autor, título, assunto e palavra-chave, utilizando os conectores lógicos. As consultas locais serão atendidas no recinto da biblioteca, onde o usuário poderá utilizar quantos volumes necessitar. Adicionalmente, as consultas por meio da Internet são realizadas no endereço eletrônico <http://catalogo.idp.edu.br>. O empréstimo domiciliar somente será permitido aos usuários internos (alunos, professores e funcionários), podendo, ainda, ser retirados para empréstimos domiciliares quaisquer obras pertencentes ao acervo com exceção das obras de referências.

Os usuários internos poderão retirar obras pelo prazo de 10 (dez) ou 15 (quinze) dias, podendo renovar o empréstimo, desde que não haja reserva do material. O número de obras para empréstimo dependerá de sua classificação (livros ou periódicos) e do tipo de usuário.

O material emprestado é controlado pelo software específico Sophia. A utilização de software especializado visa contribuir para a organização e melhoria de atendimento da biblioteca, permitindo, além do cadastramento do acervo, o rápido acesso pelos usuários às fontes de consulta e referência.

O sistema de gerenciamento da biblioteca (software Sophia) possui um módulo de reserva onde o usuário poderá reservar a obra que esteja em poder de outro usuário. A reserva só é permitida aos usuários cadastrados na biblioteca, garantindo o empréstimo de um exemplar disponível no momento de sua devolução. A reserva só é válida para material que esteja emprestado.

A reserva de um documento é feita através do link "Reservar", localizado na margem direita do cabeçalho de cada referência contida no resultado de uma busca realizada no endereço eletrônico <http://catalogo.idp.edu.br>. Este link será apresentado somente quando o usuário estiver utilizando os serviços da área restrita do Sophia (Base de dados).



Caso não existam exemplares disponíveis para empréstimo, o sistema inclui a reserva em uma lista de espera que pode ser monitorada pelo usuário para verificar sua posição. O prazo para cancelamento de reservas de usuários em lista de espera começa a ser contado a partir do horário da disponibilidade do documento para empréstimo e, a partir de então, passa a seguir as regras definidas para o cancelamento de reserva de documentos disponíveis. O exemplar pode ser reservado e ter seu empréstimo renovado pela Internet.

O levantamento bibliográfico é um serviço destinado à realização de pesquisas em bases de dados, catálogos de outras bibliotecas e fontes de pesquisa na Internet.

A biblioteca possui, ainda, o serviço de empréstimo entre bibliotecas, sendo que o aluno precisa solicitar este serviço à biblioteca através do e-mail da biblioteca indicando a referência da obra e a biblioteca da rede Virtual de Bibliotecas - Congresso Nacional - RVBI, como por exemplo, as bibliotecas do Senado, Tribunal de Contas e Câmara dos Deputados. O prazo de entrega do material ao usuário varia de acordo com as normas da biblioteca solicitada.

A biblioteca conta com um programa permanente de treinamento de usuários, com o objetivo de auxiliá-los na normalização de seus trabalhos monográficos. Além disso, será disponibilizado o conjunto de normas da ABNT para normalização de documentação.

#### IV.12.1. O Espaço

Localiza-se no 1º subsolo com amplo espaço de estudo que totaliza 267m<sup>2</sup>, conta com espaço acessível, possui 60 baias de estudo individual, 16 computadores, 10 cabines de estudo individual e 7 salas de estudo em grupo, pufes para descanso e um totem de pesquisa ao acervo. As mesas são equipadas com tomadas para melhor acomodação de nossos consulentes.

Andar	Dependências	Quantidade	Área total (m <sup>2</sup> )	Recursos
1º ss	Biblioteca	01	267	Software de biblioteca: Sistema Sophia Recursos tecnológicos diferenciados (consulta, guarda, empréstimo etc.): 18 computadores com monitores Dell de 24". Guarda volumes: 16 Estações individuais para estudos: 70 Salas para estudo em grupo: 7 Recursos Inovadores: Plataforma de consulta digital: Minha Biblioteca e RT online

#### IV.12.2. Tecnologias assistivas e Instalações acessíveis



A área da biblioteca foi projetada com base nos padrões vigentes de acessibilidade, com elevadores de acesso possui amplas áreas acessíveis e piso podotátil, sendo de fácil circulação para pessoas com limitação física ou mobilidade reduzida.

A acessibilidade comunicacional caracteriza-se pela ausência de barreiras na comunicação interpessoal, na comunicação escrita e na comunicação virtual (acessibilidade no meio digital). Para garantir essa dimensão de acessibilidade, encontra-se prevista a utilização de textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão, uso do computador com leitor de tela, programas e aplicativos utilizados para deficientes visual ou oral, nos termos dos dispositivos legais vigentes.

São exemplos de programas e aplicativos utilizados para deficientes auditivo, visual ou oral:

- **DOSVOX:** O DOSVOX, um sistema para microcomputadores que se comunica com o usuário através de síntese de voz, viabilizando, deste modo, o uso de computadores por pessoas com deficiência visual que adquirem assim muita independência no estudo e no trabalho. O sistema realiza a comunicação com o deficiente visual através de síntese de voz em português, sendo que a síntese de textos pode ser configurada para outros idiomas.
- **PRODEAF MÓVEL:** O aplicativo ProDeaf Móvel, tradutor do Português para a Língua Brasileira de Sinais, está disponível gratuitamente para Surdos e Ouvintes.
- **Handtalk:** software assistivo que realiza traduções ilimitadas de textos e imagens com ALT para LIBRAS; Leitor de sites (ferramenta indicada para pessoas com dificuldades de leitura, baixa visão, dislexia e outras deficiências visuais. Ele realiza a conversão de textos em áudio, permitindo que o usuário ouça ao invés de visualizar os títulos e conteúdo de uma página); Compatibilidade para Desktop e Mobile.

### IV.12.3. Administração

Para realizar todos os processos e serviços que garantem a execução do que foi descrito acima, a biblioteca conta com o seguinte quadro de colaboradores, que dividem as responsabilidades pelas frentes de atuação em que a biblioteca se organiza:

Tabela 16: Descritivo da equipe da Biblioteca

CARGO	FORMAÇÃO	Nº DE FUNCIONÁRIOS
Supervisor de biblioteca	Engenharia	1
Bibliotecário Pleno	Biblioteconomia	1
Auxiliar de biblioteca	Biblioteconomia	2
Estagiário	Biblioteconomia	1
Total		5



Responsável pela Biblioteca: Natália Bianca Mascarenhas Puricelli – CRB1/3439

Horário de Funcionamento

Atendimento: Segunda a sexta-feira - 07h00 às 22h00

Área de estudos: Segunda a sexta-feira - 07h às 22h45

Sábado: 08h00 às 17h00

#### **IV.12.4. Política de Aquisição, Expansão e Atualização**

As normas de manutenção, atualização e expansão do acervo do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília – IDP-BSB, constituem em procedimento de seleção, aquisição e desbaste dos materiais defasados com a finalidade de ampliar e atualizar as coleções já existentes.

A aplicação das normas visa orientar o corpo docente, discente, coordenadores, gestores, técnicos e bibliotecários para os critérios de ampliação do acervo. Além de observar as necessidades informacionais para atividades de ensino, iniciação científica, pesquisa e extensão.

A atualização do acervo foi pensada de maneira a integrar as bases digitais às coleções já existentes do acervo, otimizando espaço e economia de gasto. Sendo assim, as atualizações que se seguem deverão cumprir o objetivo de compor a atualização do acervo baseado em usabilidade.

Os recursos investidos em conhecimento são sempre válidos. Por esse motivo, é necessário levar em consideração que o mal uso de verba para aquisição de livros pode significar desperdício quando deixamos de adquirir outra área mais relevante para o público de seu serviço de informação.

Com a aquisição de bibliotecas digitais, o quantitativo físico de livros que possuem sua versão digital pode ser reduzido, desde que garantido o acesso ao aluno daquela obra. Portanto, para calcular com base na usabilidade dos livros hoje existentes na biblioteca, a biblioteca mantém uma gestão das estatísticas de circulação e empréstimos a fim de orientar a comissão de aquisição quanto ao quantitativo físico necessário de ser mantido para atender aos cursos.

A partir dos levantamentos estatísticos, estabeleceu-se regras de aquisição e manutenção do acervo físico, a fim de cumprir com as necessidades de atendimento à comunidade acadêmica e com o propósito institucional de modernização e implementação dos recursos digitais na vida acadêmica. O acervo é avaliado regularmente e sempre que necessário o Plano de atualização e manutenção do acervo é atualizado para cumprir com os objetivos da biblioteca e com o seu propósito.



#### IV.12.5. Manutenção do Acervo e Conservação

Algumas distinções conceituais são necessárias para se entender o que é realizado na biblioteca, portanto, seguindo as definições do Manual Técnico de Preservação e Conservação descritos por Spinelli, Brandão e França (2011), entende-se:

- Preservação: ação para salvaguardar os documentos;
- Conservação: existem duas formas de conservação, a preventiva e a reparadora. A primeira visa adotar ações que previnam a deterioração dos documentos e a segunda são ações de intervenção do documento a fim de melhorar seu estado físico.
- Restauração: ações de intervenção para reverter danos físicos nos documentos.

Na biblioteca, a preservação é realizada com o acondicionamento correto dos livros e periódicos físicos. Bem como com a atualização constante dos links e verificação de acesso das bases e bibliotecas digitais.

Realizamos algumas manutenções preventivas e corretivas tais como controle monitoramento das obras para evitar mofo, páginas soltas, capa separada do miolo do livro, capas rasgadas ou danificadas pelo tempo. Essas obras são retiradas de circulação para higienização e reparos simples. As ações de conservação visam aumentar a vida útil do exemplar.

Após realizado os principais métodos de conservação, ocorre a avaliação do exemplar que pode retornar para o acervo ou seguir para o descarte, que segue os critérios abaixo:

- Material com condições irre recuperáveis;
- Inadequação de conteúdo;
- Ajuste no espaço do acervo;
- Periódicos avulsos que não contemplam as coleções existentes no acervo.

Na biblioteca, não é feita a restauração. No caso de um exemplar precisar de uma intervenção maior é avaliado seu valor para o acervo. No caso de obras clássicas ou essenciais, é feita a contratação de empresas especializadas em restauro caso a perda daquele exemplar físico cause desfalque no atendimento aos usuários. Ou seja, caso ele seja exemplar único ou não tenha versão digital ou esteja com o quantitativo físico necessário no limite. Caso o exemplar não seja um clássico e nem esteja nas bibliografias básica ou complementar, ele segue para descarte.

#### IV.12.6. Acervo Específico do Curso

A biblioteca do IDP usa o software de gestão Sophia para gerir seu acervo físico e digital. A Minha Biblioteca, biblioteca digital assinada pela instituição, pode ser pesquisada a partir do Sophia e as outras bibliotecas possuem seus links de direcionamento para pesquisa.





A bibliografia, tanto básica quanto complementar, do curso foi pensada para suprir as necessidades básicas de ensino das unidades curriculares e aos conteúdos descritos no PPC. Sua escolha foi prioritária para as obras mais atualizadas e condizentes com as ementas das disciplinas. Para tanto, as propostas de bibliografias foram discutidas entre o corpo acadêmico, apresentadas à biblioteca para análise dos quantitativos de livros físicos necessários para suprir a demanda e posterior prospecção dos títulos. Ela está disponível no Anexo I.

O relatório de adequação foi então apresentado com a indicação do suporte dos livros e para aqueles que forem necessários a aquisição física, foi sugerida a compra com base na Política de Manutenção e Atualização do acervo. Nossa política é avaliada e atualizada constantemente para atender as demandas dos cursos e da comunidade acadêmica. Sendo que o monitoramento estatístico dos empréstimos e a avaliação da adequação do acervo faz parte dessa atualização. Para garantir o acesso aos serviços da biblioteca, temos o Plano de Contingência que define diretrizes a fim de garantir a manutenção de produtos e serviços à comunidade acadêmica em situações emergenciais

A biblioteca possui em seu acervo plataformas de bibliotecas digitais que permitem o acesso por qualquer dispositivo tecnológico, seja celular, computador, notebook ou tablet. A biblioteca conta também, em seu espaço físico, com computadores para uso da comunidade acadêmica com acesso à internet, no qual os alunos podem usufruir do acervo digital. Alguns computadores estão adaptados com teclados de letras maiores e bancadas mais baixas para permitir o acesso a todos. Ainda pensando na acessibilidade, os livros digitais da Minha Biblioteca possuem a opção de leitura virtual, no qual o aluno consegue ouvir o livro.

### **Plano de Contingência para a Garantia de Acesso e do Serviço**

O Plano de Contingência da Biblioteca foi elaborado para a gestão do acervo bibliográfico do curso, que inclui a sua política (aquisição, expansão e atualização - quantidade e qualidade), acesso e serviços prestados.

Assim, o acervo será foco constante de atenção, para que não fique obsoleto ou deixe de atender aos discentes em termos da qualidade e quantidade dos títulos e em relação ao total de exemplares ou assinaturas.

Por outro lado, no Plano de Contingência o olhar é estratégico, o mapeamento dos problemas e as decisões sobre as soluções estão fundamentadas em estudos que sustentaram a sua elaboração.

Destarte, o Plano de Contingência incorpora avanços tecnológicos e considera a atualização curricular dos cursos e os resultados do processo de autoavaliação institucional e dos cursos de graduação ofertados pela IES.

Objetivos:

- Orientar a política de aquisição, expansão e atualização do acervo;
- Definir medidas de prevenção de desastres;
- Identificar os tipos de riscos mais frequentes em bibliotecas;



- Minimizar riscos de acidentes;
- Orientar o plano de evacuação;
- Possibilitar socorros no menor espaço de tempo após o acidente;
- Proteger acervo, bens, ambiente e pessoas.

#### IV.12.7. Periódicos Especializados

A assinatura de periódicos impressos ou eletrônicos é realizada de acordo com as indicações, adequação ao Projeto Pedagógico e com a disponibilidade orçamentária da Instituição. A Biblioteca analisa a coleção de periódicos, consultando os Cursos e Programas sobre o interesse na continuidade ou cancelamento das assinaturas e submete as propostas ao setor de compras.

Não são assinados ou renovados títulos impressos também disponíveis nos Portais de acesso aberto, tais como SCIELO, ou outro portal de periódicos em texto integral, em caso de coincidência do período de cobertura do título. A Biblioteca ainda disponibiliza acesso a periódicos nacionais e estrangeiros nas bases de dados assinadas como a Capes, a HeinOnline e a RT Online.

Tabela 17: Bases

Base	Descrição	Área do Conhecimento	Forma de Acesso
Capes	Biblioteca virtual que reúne e disponibiliza produção científica internacional. Ele conta com um acervo de mais de 45 mil títulos com texto completo, 130 bases referenciais, 12 bases dedicadas exclusivamente a patentes, além de livros, enciclopédias e obras de referência, normas técnicas, estatísticas e conteúdo audiovisual.	Multidisciplinar	Acesso remoto via CAFe
Heinonline	Base de dados jurídica com acesso a periódicos, documentos governamentais estadunidenses, recursos internacionais e casos jurídicos.	Direito	Cadastro único da instituição
RT Online	34 títulos de periódicos da Revista dos Tribunais, Coleções de Doutrina como Doutrinas Essenciais, Pareceres, Códigos Comentados, Jurisprudência, Julgados de diversos temas do Direito, Súmulas e Notícias.	Direito	Link disponível no catálogo



## IV.13. Laboratórios

O IDP oferece três laboratórios, projetados para trazer o que há de mais tecnológico e moderno para o desenvolvimento das atividades acadêmicas. No primeiro laboratório existem 36 computadores IMACs com telas de 27 polegadas, a dimensão da sala é de 94,74 m<sup>2</sup>.

O segundo é o laboratório audiovisual com capacitação técnica para registrar eventos acadêmicos e fazer exposições. Esse laboratório audiovisual conta com um estúdio de gravação, recepção e transmissão ao vivo de aulas, reuniões e outras atividades acadêmicas.

O terceiro é o laboratório de computadores Dell, com 35 computadores e telas de 27 polegadas. A dimensão da sala é de 94,74 metros quadrados, e conta com climatização e conexão com a internet.

Os três possuem:

- **Acústica** - A acústica do laboratório é compatível à sua dimensão, facilitando aos alunos uma boa compreensão do que é apresentado e uma boa interação entre os colegas de sala.
- **Iluminação** – O local possui amplas janelas para iluminação natural; persianas para o controle da incidência solar; e boa disposição de luminárias com lâmpadas fluorescentes.
- **Ventilação** – O laboratório possui amplas janelas, possuem também aparelho de ar-condicionado split, que consegue manter de forma controlada a temperatura do ambiente sem produzir ruído.
- **Mobiliário** - Quadro branco, tela para projeção de Datashow ou retroprojektor; cadeiras e mesas que atendem com o melhor conforto dos alunos e professores.
- **Limpeza** – No laboratório há um cesto de lixo que atende o uso durante as aulas, já nos intervalos entre os turnos, a Instituição possui equipe terceirizada de limpeza que realiza toda a remoção de papéis e poeira dos móveis e pisos, mantendo sempre o ambiente higiênico e agradável.
- **Acessibilidade** - A área possui amplas áreas com acessibilidade, sendo de fácil circulação para pessoas com limitação física ou mobilidade reduzida. Disponibilizamos de uma mesa para cadeirante no ambiente.
- **O acesso à Internet** é por meio Wireless.
- **Manutenção patrimonial** – são realizadas vistorias diárias e manutenções mensais preventivas em todos os equipamentos e mobiliários constantes nestes ambientes. Disponibilizamos de tomadas em todas as mesas.

Os laboratórios também contam com softwares de uso comum, a Internet é estável e em velocidade de acesso compatível com a demanda projetada. A IES também oferece acesso à Internet via rede sem fio. Os hardwares e os softwares estão atualizados frente as necessidades do IDP - BSB e possuem contrato vigente para atualização permanente.



Assim como o espaço, os equipamentos garantem a acessibilidade de pessoas portadoras de necessidades especiais, incluindo recursos tecnológicos transformadores, tais como teclado em Braille, fones de ouvido e softwares específicos.

O horário de funcionamento do laboratório de informática é das 08:00 às 22:30 de segunda a sexta-feira, e das 08:00 às 12:00 no sábado. Seu uso é livre para todos os alunos em períodos em que não haja aulas marcadas, tendo sempre acompanhamento por um monitor ou técnico da área de TI.

Os serviços e o suporte serão realizados por um técnico responsável pelas atividades das salas de apoio de informática, que atenderá em todos os horários de funcionamento.

#### **IV.13.1. Laboratórios Específicos e Correlações com seus cursos**

Os laboratórios, ambientes e cenários para práticas didáticas foram disponibilizados conforme as exigências estabelecidas nos Projetos Pedagógicos dos Cursos, atendendo às necessidades institucionais, considerando a sua adequação às atividades e à acessibilidade. Todos serão servidos por recursos tecnológicos diferenciados e podem ser utilizados pelos cursos de graduação da escola.

Para o curso de Publicidade, o Laboratório Audiovisual conta com a estrutura e equipamentos para as horas práticas propostas na grade do curso, além de atividades extracurriculares e de extensão que possam ser propostas. O laboratório conta com sala de podcast para captação de áudio e vídeo, espaço para gravações de vídeo, e carteiras que podem ser organizadas para oficinas, workshops, ou qualquer outra atividade que as demande.

#### **IV.13.2. Políticas para os Laboratórios**

O IDP adota a seguinte política para o laboratório de informática:

- Assegura o bom funcionamento dos equipamentos, por meio da manutenção preventiva e corretiva, de forma a garantir o fornecimento regular de materiais de consumo, imprescindíveis ao desenvolvimento das atividades;
- Promove a atualização e modernização dos equipamentos e do ambiente;
- Propicia práticas interdisciplinares, que garantem ao aluno conhecimentos essenciais na articulação entre teoria e prática.

Os alunos possuem acesso aos equipamentos de informática no Laboratório de Informática I que possui 52,91 m<sup>2</sup> e 29 máquinas. O laboratório fica disponível para o uso nos intervalos e nos horários em que não há nenhuma aula agendada. Os equipamentos permitem aos discentes acessar à Internet e elaborar seus trabalhos acadêmicos.



O IDP apresenta plano de avaliação periódicos dos espaços e de gerenciamento da manutenção patrimonial, descritos no item “Plano de Avaliação Periódica dos Espaços e Gerenciamento da Manutenção Patrimonial” do PDI.

Além disso, o IDP - BSB dispõe de acesso à rede sem fio em todos os seus espaços, o que amplia a capacidade de acesso de sua comunidade acadêmica.

#### **IV.14. Plano de Expansão, Manutenção e Atualização dos Equipamentos**

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) possui Plano de Expansão, Manutenção e Atualização dos Equipamentos, com acompanhamento baseado em metas objetivas e mensuráveis, por meio de indicadores de desempenho. Estão garantidas ações associadas à correção do plano, que é executado sob a responsabilidade da Gerência de Tecnologia e Gerência de Facilities.

O plano de expansão, manutenção e atualização dos equipamentos visa garantir o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) a infraestrutura de tecnologia adequada para seu melhor funcionamento.

A cada ano é realizada projeção de investimento para o ano seguinte visando à expansão, à manutenção e à atualização tecnológica dos equipamentos,

Toda a expansão dos equipamentos deve ser aprovada pela Diretoria do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), a partir de demandas encaminhadas pelos setores responsáveis às Gerências de Tecnologia e de Facilities e ao Diretor Geral para aprovação. As demandas deverão identificar e definir as configurações de hardwares e softwares necessárias, e/ou características dos equipamentos audiovisuais e multimídias.

A manutenção dos equipamentos é realizada por técnicos especializados responsáveis por manter a infraestrutura de tecnologia em condições perfeitas de uso, oferecendo serviços de suporte, manutenção permanente, manutenção preventiva e manutenção corretiva.

A manutenção permanente é realizada pelo técnico responsável, consistindo na verificação diária do funcionamento normal de todos os equipamentos disponíveis nos laboratórios de informática.

A manutenção preventiva é realizada semanalmente nos laboratórios de informática pelo técnico responsável, onde é realizada a verificação das conexões e estado geral dos equipamentos.

A manutenção corretiva, realizada pelo técnico responsável, consiste na solução dos problemas detectados na manutenção permanente e preventiva. Problemas não solucionados pela



manutenção corretiva interna são encaminhados para manutenção corretiva externa em empresa de suporte externa contratada pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB), que deverá proceder a manutenção e/ou troca de componentes.

A atualização tecnológica oferece acesso à tecnologia de hardwares e softwares, bem como novos equipamentos audiovisuais e multimídias disponíveis no mercado. Anualmente são revistas todas as necessidades de atualização tecnológica do parque de equipamentos e softwares disponíveis no Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB).

Os critérios de prioridade de atualização dos equipamentos são analisados em 02 (duas) dimensões: critérios estratégicos para os serviços educacionais do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) e critérios técnicos.

No procedimento de atualização dos equipamentos, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) adota a prática de substituição dos equipamentos a cada 03 (três) anos de uso. Além disso, é realizado o acompanhamento dos indicadores de tempo de vida dos equipamentos e das validades das licenças de softwares.

O planejamento da expansão, manutenção e atualização dos equipamentos pode ser revisto em caso de necessidade, gerando ações associadas à correção desse plano de expansão, manutenção e atualização dos equipamentos.

#### **IV.15. Plano de Avaliação Periódica dos Espaços e Gerenciamento da Manutenção Patrimonial**

O Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) implantou um plano de avaliação periódica dos espaços destinados ao seu funcionamento como instituição de ensino superior.

O objetivo é garantir a constante adequação, em termos quantitativos e qualitativos, dos diversos espaços destinados ao funcionamento do IDP - BSB.

Para tanto, a IES, por meio da Comissão Própria de Avaliação, aplica, anualmente, questionários dirigidos à comunidade acadêmica, que visam avaliar a infraestrutura institucional.

A avaliação consiste, basicamente, em uma análise que considera os seguintes aspectos:

- a. avaliar o quantitativo de espaços versus o número de usuários;
- b. avaliar as dimensões dos espaços considerando o seu uso, serviços oferecidos e o número de usuários;



- c. avaliar os espaços em termos de climatização, iluminação, acústica;
- d. avaliar os espaços em termos de mobiliário e equipamentos disponíveis;
- e. avaliar os espaços em termos de limpeza.

São utilizadas, ainda, quando é o caso, as respostas estudantis ao questionário do ENADE; particularmente as respostas aos seguintes itens do Questionário Socioeconômico:

- Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TIC's) como estratégia de ensino (projektor multimídia, laboratório de informática)?
- A instituição dispôs de quantidade suficiente de funcionários para o apoio administrativo e acadêmico?
- As condições de infraestrutura das salas de aula foram adequadas?
- Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas foram adequados para a quantidade de estudantes?
- Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas foram adequados ao curso?
- A instituição dispôs de cantina e banheiros em condições adequadas que atenderam as necessidades dos seus usuários?

A partir dos resultados obtidos, a IES implanta estratégias que visem adequar, em termos quantitativos e qualitativos, os diversos espaços destinados ao seu funcionamento.

Além disso, no processo de avaliação periódica dos espaços destinados ao seu funcionamento, o Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa de Brasília (IDP - BSB) poderá contar com a participação de consultores externos especializados para analisar suas condições e sugerir medidas de ampliação, reformulação e/ou atualização dos espaços, considerando os aspectos já citados.

No tocante ao gerenciamento da manutenção patrimonial, a manutenção e conservação das instalações físicas ocorrem sob a responsabilidade da Gerência de Facilities e, dependendo de sua amplitude, são executadas por funcionários do IDP - BSB ou por meio de contratos firmados com empresas especializadas.

As políticas de manutenção e conservação definidas consistem em:

- Manter instalações limpas, higienizadas e adequadas ao uso da comunidade acadêmica;
- Preceder reparos imediatos, sempre que necessários, mantendo as condições dos espaços, instalações e equipamentos próprios para o uso;
- Executar procedimentos de revisão periódica nas áreas elétrica, hidráulica e de construção da instituição.

Além da manutenção e conservação regular, periodicamente a Gerência de Facilities providencia inspeção predial e parecer técnico, vistoria onde são determinadas as condições técnicas, funcionais e de conservação da edificação, visando orientar e/ ou avaliar as manutenções preventivas e corretivas.



# Anexo I: Ementário, Bibliografia Básica e Complementar

## Componentes Obrigatórios

<b>Disciplina</b>	<b>AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING I</b>
<b>Carga Horária</b>	60 horas
<b>Ementa</b>	Funcionamento prático de um ambiente de trabalho; gestão de redes sociais; calendário de postagens; linhas editoriais; gestão de equipes; criatividade e criação; ferramentas modernas de gestão e criação.
<b>Bibliografia Básica</b>	CASTELO BRANCO, Renato. História da propaganda no Brasil. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990. (Coleção Coroa Vermelha. Estudos brasileiros; 0021).
	BOONE, Louis E. KURTZ, David L. Marketing contemporâneo. Rio de Janeiro: LTC, 1998.
	SANTOS, Gilmar. Princípios da publicidade. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005
<b>Bibliografia Complementar</b>	BUCCI, Eugenio; AUGUSTO JR, Silvio Nunes. A liberdade de imprensa e a liberdade na publicidade. [pp. 33-48] In: Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: ESPM, 2012.
	KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing; São Paulo: Prentice Hall, 2007.
	BARBOSA, Marialva. História da Comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2013. PEREZ, Clotilde. Signos da marca: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

<b>Disciplina</b>	<b>FUNDAMENTOS DE MARKETING</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	A aplicação e compreensão da Pesquisa Mercadológica no campo da comunicação. Processo criativo no ambiente corporativo. Comunicação mercadologia no Jornalismo e na Publicidade e Propaganda. Comunicação Organizacional. Estratégias da comunicação mercadológica. Escrita e oralidade nos campos empresarial e mercadológico.
<b>Bibliografia Básica</b>	ROCHA, A.; FERREIRA, J. B. da ; SILVA, J. F. da. Administração de Marketing. Editora Atlas. São Paulo. Cap 12. 2012.
	ANDERSON, C.. A Cauda Longa: do mercado de massa para o de nicho. Campus, Rio de Janeiro, 2006.
	KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009. LUPETTI, Marcelia. Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica. São Pau Thomson Learning, 2007.
<b>Bibliografia Complementar</b>	TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integran teoria e prática. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2010.
	KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson, 2005. REGO, Francisco Gaudencio Torquato do. Tratado de comunicação organizacional e política. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2011.





<b>Disciplina</b>	<b>TEORIAS DA COMUNICAÇÃO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Surgimento e consolidação do campo de estudos da comunicação. As principais vertentes, escolas e teorias da comunicação social: a Escola de Frankfurt, de Chicago, de Birmingham e a Francesa. Aprofundamento nos teóricos e as teorias fundadoras. A contribuição interdisciplinar na construção do pensamento comunicacional. Explicitação de processos, funções e modelos da comunicação. Levantamento de análises contemporâneas e as tendências para o campo da Comunicação. Discussão de temas latentes: comunicação e meios técnicos, redes e controle e representação e simulação, educação das relações étnico-raciais e cultura afro-brasileira e indígena, educação em direitos humanos.
<b>Bibliografia Básica</b>	HALL, Stuart. Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais. Liv Sovik (org); Trad. Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.
	MORTENSEN, David. Teoria da Comunicação: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980
	MATTELART, Armand. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 1999.
<b>Bibliografia Complementar</b>	Antonio MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera. Teorias da comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.
	MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997

<b>Disciplina</b>	<b>COPYWRITING E ESCRITA CRIATIVA</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Técnicas e fundamentos da redação publicitária; Teoria e prática da redação publicitária, criatividade em redação, linguagem da propaganda, experimentação dos caminhos criativos, reconhecimento dos elementos básicos de peças gráficas, suas variações e possibilidades. Análise do texto publicitário nas diferentes mídias. O processo de criação e produção textual nos meios digitais. Atendimento e criação em publicidade.
<b>Bibliografia Básica</b>	ANZANELLO CARRASCOZA, João. Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.
	CARRAZCOSA, João Anzanello. Razão e sensibilidade no texto publicitário. 2.ed. São Paulo: Futura, 2007.
	CARRASCOZA, João Anzanello. Razão e sensibilidade no texto publicitário: como são feitos os anúncios que contam histórias. [S.l.: s.n.], 2004.
	MARTINS, Jorge. 2.ed. Redação publicitária: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008
<b>Bibliografia Complementar</b>	MARCHIONI, Rubens. Criatividade e redação: o que é, como se faz. 5.ed. São Paulo: Loyola, 2007.
	BURTENSHAW, Ken; MAHON, Nick; BARFOOT, Caroline. Fundamentos de publicidade criativa. Porto Alegre: Bookman, 2010.
	ABREU, Antonio Suárez. 12.ed. A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção. 10.ed. Cotia (SP): Ateliê, 2009

<b>Disciplina</b>	<b>MARKETING DIGITAL E REDES SOCIAIS</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas



<b>Ementa</b>	Redes sociais. Arquitetura da informação, componentes gráficos e infográficos. Comunicação com consumidor. Dados de consumidores. Monitoramento georeferenciado. Redes sociais e ferramentas de monitoramento. Estratégias de targeting. Educação ambiental, marketing digital e redes sociais.
<b>Bibliografia Básica</b>	STERNE, Jim. Métricas em Mídias Sociais. 1a. Editora Nobel, 2012.
	COSTA, Camila G. Gestão de Mídias Sociais. 1a ed. Editora InterSaberes, 2017.
	AVIS, Maria C. Marketing digital baseado em dados: métricas e performance. 1a ed. InterSaberes Editora, 2021.
<b>Bibliografia Complementar</b>	JÚNIOR, Achiles B. F. Supermarketing: Estratégias de Marketing Digital. 1a ed. Editora InterSaberes, 2022.
	NEVES, Maria C. B. Social Media de Verdade. 1a ed. Editora InterSaberes, 2022.
	LÉVY, Pierre. Cibercultura. 1 ed. São Paulo: Editora 34, 1999. Kotler Philip, H. K. (2010). Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda.

<b>Disciplina</b>	<b>HISTÓRIA DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Investigação sobre a história das relações de poder na sociedade brasileira. Relação entre as estruturas sociais e econômicas do país e o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Formação sócio-histórica do Brasil e as implicações entre o público e o privado. Os direitos humanos. Conceitos de coronelismo e eletrônico. A ética, educação ambiental, sustentabilidade e a publicidade e propaganda. Estudo das questões raciais e de gênero na formação da política social no Brasil.
<b>Bibliografia Básica</b>	FREYRE, Gilberto. Casa-Grande & senzala. São Paulo: Global Editora, 2006.
	HOLANDA, Sérgio Buarque de. Raízes do Brasil. São Paulo: Companhia das letras, 1995.
	RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro. São Paulo: Companhia de Bolso, 2006.
<b>Bibliografia Complementar</b>	DAMATTA, Roberto. O Que Faz O Brasil, Brasil? Ed. Rocco, 1997
	DOS SANTOS, Suzy (2006). E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. E-Compós, 7.
	ORTIZ, R. A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.
	SARAVIA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (orgs.). Democracia e Regulação dos Meios de Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: FGV, 2008
	ARAÚJO, Joel Zito. A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira. São Paulo: Senac, 2000 DE ALMEIDA, Silvio Luiz. O que é racismo estrutural? Belo Horizonte: Letramento, 2018

<b>Disciplina</b>	<b>DESIGN GRÁFICO E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	História da expressão gráfica. Arte digital. Apresentação e planejamento de produtos gráficos. Estética da forma. Técnicas de composição, de preparação do layout. Elaboração de projetos gráficos: da pré-produção à versão final. Comunicação Visual. Do layout à arte final. Arquitetura da informação. Os principais softwares de edição gráfica.
<b>Bibliografia Básica</b>	AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos de design criativo. Porto Alegre: Bookman, 2009.



	COLLARO, Antônio Celso. Produção Gráfica Arte e Técnica da Mídia Impressa; São Paulo: Prentice-Hal, 2008.
	LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Ed. Gustavo Gili Brasil, 2018.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BERGSTRM, B. Fundamentos da comunicação visual; São Paulo: Rosari, 2009. MARSHALL, Lindsey; MEACHEM, Lester (Sec.). Como usar imagens. Tradução de Milton Camargo Mota. 1. ed. São Paulo: Rosari, 2010. WÖLLFLIN, Heinrich. Conceitos Fundamentais da História da Arte. São Paulo: Martins Fontes, 2000
<b>Disciplina</b>	<b>CONSUMER INSIGHTS E PESQUISA DE MERCADO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Estudo de mercado, modelos e perfis de comportamento do consumidor. Processo de tomada de decisão: fatores internos e externos de influência, hierarquia de necessidades e decisão de compra. Segmentação de mercado, transformações da sociedade e reflexo no consumo. Papel da pesquisa para identificação e segmentação de mercados consumidores. Tipos de pesquisas aplicadas ao mercado.
<b>Bibliografia Básica</b>	KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000. SAMARA, Beatriz. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2005. SANT'ANA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Atlas, 1989. SOLOMON, M.R. O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo 11ª Ed; Porto Alegre: Bookman, 2016.
<b>Bibliografia Complementar</b>	SCHIFFMAN, Leon G. KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000. BAUMAN, Z. Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008 WÖLLFLIN, Heinrich. Conceitos Fundamentais da História da Arte. São Paulo: Martins Fontes, 2000

<b>Disciplina</b>	<b>AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING II</b>
<b>Carga Horária</b>	60 horas
<b>Ementa</b>	Planejamento estratégico, tático e operacional. Tipos, fases e etapas de execução, acompanhamento e avaliação. Valores e cultura das organizações. Determinação de objetivos e metas. Os diversos usos, veículos e ferramentas de aplicação do planejamento. Análise e avaliação dos resultados. Cultura e políticas organizacionais. Bases de Planejamento de Comunicação Integrada. ROI: avaliação e mensuração em comunicação.
<b>Bibliografia Básica</b>	KOTLER, Philip e KELLER, Kevin. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Education, 2018. MINADEO, Roberto. Gestão de Marketing: Fundamentos e aplicação. São Paulo: Atlas. LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura.
<b>Bibliografia Complementar</b>	DALRYMPLE, Douglas. Introdução à Administração de Marketing. São Paulo: LTC. AAKER, David. Criando e administrando marcas de sucesso. São Paulo: Futura, 2001. AAKER, David. Como construir marcas líderes. São Paulo: Futura, 2000.

<b>Disciplina</b>	<b>ESTRATÉGIA DIGITAL</b>
-------------------	---------------------------



<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	História e evolução da Internet e das mídias digitais. Processamento analógico e digital de som e imagem. Conceitos, tecnologias, linguagens nas relações entre tecnologias e humanidades. Teorias da Cibercultura, redes sociodigitais e cultura da convergência participativa. Relações entre comunicação e comunidade na era digital. Problemáticas e segurança de dados pessoais na rede. Sociedade em rede.
<b>Bibliografia Básica</b>	PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.
	CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança. Os movimentos sociais na era da Internet. Editora Zahar. 2013
	JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
	FERNANDES, L. C.; MUSSE, C. F. . Podcasts e a Cultura Digital: Estratégias Para Contar Histórias em uma Narrativa Convergente. In: XXII Intercom Sudeste, 2017, Volta Redonda. XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2017.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BUSTAMANTE, Enrique (org.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003.
	LONGO, Walter. Marketing e Comunicação na era Pós-Digital: as regras mudaram. São Paulo: HSM, 2014.
	PAIVA, Raquel. O espírito comum – comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
	NATANSOHN, Graciela; BRUNET, Karla Schuch; PAZ, Mónica Dantas. Mulheres na Cultura Digital: perspectivas e desafios. Trabalho apresentado no DT 7 Comunicação, Espaço e Cidadania. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região, 2011.

<b>Disciplina</b>	<b>PRODUÇÃO, CAPTAÇÃO E EDIÇÃO SONORA</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	A linguagem sonora nas diversas formas e meios. Planejamento, produção e edição em mídia sonora. A evolução e o papel da linguagem falada na mídia. A construção da paisagem sonora. Elaboração sonora. Rádio, internet e podcast. Sincronismo e encadeamento de mensagem sonora. Roteiro para formato de mídia sonora.
<b>Bibliografia Básica</b>	KISCHINHEVSKY, Marcelo. O rádio sem onda. Convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E- papers, 2007.
	MEDITSCH, Eduardo. O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Ed. Insual, UFSC, 2001.
	SCHAFER, R. Murray. A afinação do Mundo. São Paulo, Unesp, 1997.
	MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios as mediações; Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
<b>Bibliografia Complementar</b>	PRIMO, A. F. T. (2005) Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. Intertexto, Porto Alegre, no13, pp. 1-17.
	KISCHINHEVSKY, Marcelo et al. A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI – Chaves conceituais e objetos de pesquisa. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun., São Paulo, v. 40, n. 3, p. 91-107, Dec. 2017.
	ASSIS, P. (2001). O imaginário do áudio e o podcast: re-imaginando o potencial da produção e distribuição de áudio na internet. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Linguagens. Universidade Tuiuti do Paraná, Porto Alegre, Brasil.

<b>Disciplina</b>	<b>FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA</b>
-------------------	--------------------------------



<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Fundamentos da linguagem fotográfica. História da fotografia e da fotografia publicitária. Anatomia e manuseio de câmeras fotográficas. A fotografia no âmbito das práticas comunicativas. Mercado e produção brasileiros. Compreensão da câmera fotográfica como instrumento produção e criação. Relação entre a imagem e a publicidade. Implicações entre técnica, linguagem e discurso. Reflexões sobre regime de verdade e regime do registro. Relações entre ética e criatividade na fotografia publicitária. Noções de campo e extracampo na imagem. Exercícios de criação e edição fotográfica.
<b>Bibliografia Básica</b>	DELEUZE, Gilles. Imagem-Movimento. São Paulo: Brasiliense, 1989.
	BARTHES, Roland. A câmara clara. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
	BENJAMIN, Walter. Obras Escolhidas. Vol. 1 - Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.
<b>Bibliografia Complementar</b>	CARDOSO, João Batista F. O limite entre a ética e a criatividade: A manipulação da fotografia digital na publicidade. [pp. 56-64.] In: Revista Comunicação & Inovação, V. 13, N. 24. São Caetano do Sul: USCS, 2012.
	DELEUZE, Gilles. Imagem-Tempo. São Paulo: Brasiliense, 2005.
	BRANCO, Renato Castelo; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando (orgs.). História da propaganda no Brasil. São Paulo: T. A. Queiroz, 1990.
	ÉGUIZABAL, Raúl. Fotografia publicitaria. Madrid: Cátedra, 2001.

<b>Disciplina</b>	<b>ROTEIRO, STORYTELLING E FILME PUBLICITÁRIO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Conceitos e fundamentos do roteiro. Projeção e identificação. Elaboração de estratégias de comunicação com o consumidor com roteiros baseados em história das marcas. Narrativa de comunicação na publicidade para aumento do engajamento e ações de marketing estratégico. Produção de conteúdo por meio do storytelling. Desenvolvimento de um projeto narrativo com foco em campanhas para marcas.
<b>Bibliografia Básica</b>	PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. O guia completo do storytelling. Rio de Janeiro. Alta Books, 2016.
	MATOS, Gyslayne Avelar. Storytelling: líderes narradores de histórias. 1. Ed. Rio de Janeiro: QUALITYMARK, 2010
	MENDES, JM. (2010) A construção da narrativa no filme publicitário. In: Conexões Midiáticas: Revista dos alunos de pós-graduação em Comunicação da UFPB. Vol. 2, n.01. João Pessoa.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BATEY, Mark. O Significado da Marca: Como as Marcas Ganham Vida na Mente dos Consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010
	XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. 2. Ed. Rio de Janeiro: best business, 2015
	CARRASCOZA, João Anzanello. A Evolução do Texto Publicitário. 6. Ed. São Paulo: Futura, 2005. 185 p.

<b>Disciplina</b>	<b>PRODUÇÃO, CAPTAÇÃO E EDIÇÃO DE VÍDEOS</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	História e evolução do cinema. Teoria, crítica e reflexão cinematográfica. Principais teorias do cinema e do audiovisual: formativa, realista, semiótica e estudos culturais. Elementos e recursos da linguagem cinematográfica. Novas tecnologias no audiovisual. Aplicação da teoria para melhor utilização da imagem e do som em



	diferentes contextos. Processos de produção, distribuição e exibição cinematográfica. Funções envolvidas na produção audiovisual. Transcineamas.
<b>Bibliografia Básica</b>	MASCARELLO, Fernando. História do cinema mundial. 6.ed. Campinas: Papirus, 2010.
	BAZIN, André. O que é o cinema? São Paulo: Cosac Naify, 2014
	MARTIN, Marcel. A linguagem cinematográfica. São Paulo. Brasiliense, 2003.
	BENTES, Ivana (Org.). Ecos do Cinema: de Lumière ao Digital. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007a.
	EISENSTEIN, Sergei. A forma do filme. São Paulo: Zahar, 2002.
<b>Bibliografia Complementar</b>	XAVIER, Ismail. O olhar e a cena – Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.
	DELEUZE, Gilles. A imagem-tempo: cinema 2. São Paulo: Brasiliense, 2005.
	DELEUZE, Gilles. A imagem-movimento: cinema 1. Lisboa: Assírio e Alvim, 2004.
	XAVIER, Ismail. O discurso cinematográfico. A opacidade e a transparência. 3.ed. São. Paulo: Paz e Terra, 2005
	MACIEL, Kátia. Transcineamas e a estética da interrupção. In: Limiares da Imagem, Antonio Fatorelli e Fernanda Bruno (org), Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.

<b>Disciplina</b>	<b>AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING III</b>
<b>Carga Horária</b>	60 horas
<b>Ementa</b>	Comunicação técnica de otimização de para os mecanismos de pesquisa. Fundamentos de pesquisa de e marketing. Ferramentas de métricas e posicionamento digital. Análise, organização, planejamento e implementação de métodos para construção de campanhas direcionadas e personalizadas ao perfil do consumidor. Organização de conteúdo e código semântico.
<b>Bibliografia Básica</b>	AAKER, D. A; KUMAR, V.; DAY, G. S. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2001.
	ENGE, Eric et. AL. A arte de SEO. São Paulo: Novatec, 2010
	JERKOVIC, John I. Guerreiro SEO: técnicas essenciais para aumentar a visibilidade na Web. São Paulo: Novatec, 2010
<b>Bibliografia Complementar</b>	KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.
	Kotler Philip, H. K. (2010). Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda. LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999, 1 ed.

<b>Disciplina</b>	<b>DATA SCIENCE PARA MARKETING I</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Conceitos, princípios, atores e processos em Inteligência de Negócios. Dados estruturados e não-estruturados. Banco de Dados (relacional, rede, hierárquico, objeto-relacional). Conceitos e ferramentas de Big Data. Construção da estratégia de Big Data em Negócios.
<b>Bibliografia Básica</b>	GÉRON, Aurélien. Mãos à obra: Aprendizado de máquina com Scikit-Learn & TensorFlow. 1a edição. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.
	MORETTIN, Pedro. Estatística Básica. Saraiva, 2017.
	KIMBALL, Ralph. The Data Warehouse Toolkit. Wiley, 2013.
	BRUCE, Peter. Estatística Prática para Cientistas de Dados. O’Reilly, 2019.
<b>Bibliografia Complementar</b>	FERREIRA, Rafael. Preparação e análise exploratória de dados. São Paulo: Novatec, 2021.
	MILANI, Alessandra. Visualização de dados. São Paulo: Casa do Código, 2020. PROVOST, F.; FAWCETT, Tom. Data Science para Negócios. Altas Books, 2016.



<b>Disciplina</b>	<b>UX/UI DESIGN</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Conceituação: programação visual. Linguagem visual Tipologia: estudos dos tipos, estética, função, expressão, medidas tipográficas, composição, espaçamento e textura. Projeto gráfico: layouts (diagramação, grid), uso do espaço, composição, imagem positiva e negativa, contraste, textura, equilíbrio visual e cor. Uso de imagens: fotos, charges, gráficos, ilustrações e infografias Arte-final: preparação do arquivo para impressão. Impressão em cores: laser colorida ou plotter.
<b>Bibliografia Básica</b>	ARNHEIM, Rudolf, Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora, 7a Edição, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1980
	AZEVEDO, Wilton, Os signos do design, São Paulo, Global, Coleção Contatos Imediatos, 1994
	BRINGHURST, Robert, The Elements of Typographic Style, Second Edition, USA, Hartley & Marks - Publishers, 1997 (livro adquirido na livraria virtual Amazon)
<b>Bibliografia Complementar</b>	CARTER, Rob, Diseñando con tipografia, RotoVision SA, Barcelona, España, 1997.
	CHIIIIWA, Hideki, Color Harmony, A guide to creative combinations, Cincinnati, Ohio, Rockport Publishers, 1987
	CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. SP: Edgard Blücher, 2013.

<b>Disciplina</b>	<b>MARKETING DIGITAL E ALTA PERFORMANCE</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Ferramentas de análise e de consumo nos meios de comunicação. A mídia como fator estratégico na publicidade. Critérios de seleção e precificação. Estruturação dos planos estratégicos de mídia. Mensuração de resultados. Planejamento nas mídias digitais.
<b>Bibliografia Básica</b>	TAMANAHA, Paulo. Planejamento de mídia; São Paulo: Pearson Education, 2006
	STEEL, Jon. A arte do planejamento verdades, mentiras e propaganda; Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
	NAKAMURA, Rodolfo. Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática. São Paulo: Farol do Forte, 2009.
<b>Bibliografia Complementar</b>	ZELTNER, Herbert. Gerenciamento de mídia: ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia. São Paulo: Nobel. BARBAN, Arnold, CRISTOL, Steven M. e KOPEC, Frank J. A Essenciado Planejamento de Mídia: um ponto de vista mercadológico. São Paulo: Nobel, 2001.
	RIES, Al., TROUT, Jack. Posicionamento; como a mídia faz a sua cabeça. São Paulo: Pioneira, 1993.

<b>Disciplina</b>	<b>NEUROCIÊNCIA, CONSUMO E MARKETING</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Interseção entre neurociência, marketing e consumo; insights sobre como o cérebro processa informações e emoções, influenciando as escolhas dos consumidores; criação de estratégias eficazes com base em neurociência; análise neurocientífica dos padrões de comportamento; criação de campanhas e experiências. Valorização das temáticas humanísticas e transversais (educação ambiental, relações étnico raciais e indígenas, combate ao preconceito, ética, direitos humanos, acessibilidade plena).
<b>Bibliografia Básica</b>	DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2005.
	ECO, Umberto. Como se faz uma tese em Ciências Humanas. Barcarena: Presença, 2007.



	DENCKER, A. F. M. Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura. 2000.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BECKER, Howard S. Segredos e truques da pesquisa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
	SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
	BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

<b>Disciplina</b>	<b>AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING IV</b>
<b>Carga Horária</b>	60 horas
<b>Ementa</b>	Fundamentos do conhecimento sociológico. Investigação sociológica com o propósito de análise da sociedade. Conceito de ideologia. Conceito de globalização. A influência da globalização nos meios de comunicação de massa. Evolução dos processos comunicacionais no cenário pós-mídias digitais. Dimensões política, econômica, cultural e social da globalização.
<b>Bibliografia Básica</b>	CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 7ª. ed. São Paulo: Paz e Terra, vol. I, 2003.
	GIDDENS, Anthony. As consequências da modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
	BENTES, Ivana. Mídia-Multidão. Estéticas da Comunicação e Biopolíticas. Editora Mauad, 2015.
	DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
<b>Bibliografia Complementar</b>	ORTIZ, R. A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.
	SASSEN, Saskia (ed.) A Sociology of globalization. New York e London: W.W. Norton & Company, 2007.
	CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

<b>Disciplina</b>	<b>DATA SCIENCE PARA MARKETING II</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	INTRODUÇÃO DO PENSAMENTO COMPUTACIONAL; DECOMPOSIÇÃO; ABSTRAÇÃO; RECONHECIMENTO DE PADRÕES; ALGORITMO; INTRODUÇÃO A ALGORITMOS. TIPOS, VARIÁVEIS, EXPRESSÕES. ESTRUTURAS DE DECISÃO. CONCEITOS DE BANCOS DE DADOS ESTRUTURADOS. PRÁTICAS DE PENSAMENTO COMPUTACIONAL COM PYTHON.
<b>Bibliografia Básica</b>	MCKINNEY, WES. PYTHON PARA ANÁLISE DE DADOS, 1ª ED., SÃO PAULO: NOVATEC, 2020;
	BANIN, SÉRGIO LUIZ. PYTHON 3, 1ª ED., ERICA, 2020
	Brooks Jr., Frederick. O Mítico Homem-mês: Ensaio Sobre Engenharia de Software
<b>Bibliografia Complementar</b>	MATTHES, ERIC. CURSO INTENSIVO DE PYTHON: UMA INTRODUÇÃO PRÁTICA E BASEADA EM PROJETOS À PROGRAMAÇÃO, 1ª ed., novatec, 2017
	Sweigart, al. Automatize tarefas maçantes com Python: Programação prática para verdadeiros iniciantes. 1ª ed., novatec, 2017
	Downey, Allen. Pense em Python: Pense Como um Cientista da Computação, 1ª ed., novatec, 2016
	Martin, Robert C. Código Limpo: Habilidades Práticas do Agile Software. 1ª ed., alta books, 2009





	FARREE, Harry, Algoritmos Estruturados, editora Guanabara Koogan. 3ª ed., Itc, 1999
	SOUZA, Marco A. F., et al. Algoritmos e lógica de programação. Thompson. 3ª ed. Cengage Learning, 2005

<b>Disciplina</b>	<b>DESIGN THINKING PARA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Técnicas e ferramentas centradas no cliente; Inovação baseada em observar, entender e realizar; aprendizado e prática do design thinking; aprendizado sobre criatividade; filosofia baseada no cliente; ciclo de criação; prototipagem.
<b>Bibliografia Básica</b>	HARRIS, Paul. Design thinking. Porto Alegre: Bookman, 2015.
	BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.
	HSUAN-AN, Tai. Design. São Paulo: Blucher, 2017. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788521210115.
<b>Bibliografia Complementar</b>	KALBACH, James. Design de navegação web: otimizando a experiência do usuário. Porto Alegre: Bookman, 2009. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788577805310.
	MARK, Ken. 25 ferramentas de gestão: inclui estratégia do oceano azul, design thinking, startup enxuta, inovação aberta, inteligência emocional, dentre outras. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.
	TIGRE, Paulo Bastos; PINHEIRO, Alessandro Maia (coord.). Inovação em serviços e a economia do compartilhamento. São Paulo: Saraiva, 2019. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788571440432.

<b>Disciplina</b>	<b>BRANDING, MARKETING E GROWTH</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Técnicas de avaliação e desenvolvimento de Branded Content. Arquitetura, personalidade, conhecimento, fidelidade, associação, qualidade de marca. Valor e força da marca. Métodos de avaliação e compreensão da construção de marcas. Gestão estratégica de marca. Metodologia do Design Thinking. Metodologias de mensuração e atribuição de marca.
<b>Bibliografia Básica</b>	SERRALVO, Francisco. Gestão de marcas no contexto brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2013.
	PEREZ, Clotilde. Signos da marca: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Pioneira
	KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010
	SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna. 2.ed. São Paulo: Estações das Letras, 2010
<b>Bibliografia Complementar</b>	Souza, A. O. de, & Mendonça, A. P. (2019). Design thinking na publicidade: uma proposta de ensino-aprendizagem para o desenvolvimento de projetos. Comunicação & Educação, 24(1), 30-43.
	ROMANCINI, Richard, LAGO, Cláudia. História do jornalismo no Brasil. Florianópolis: Ed. Insular, 2007.
	KOTLER, Philip. Administração de marketing. 14.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

<b>Disciplina</b>	<b>GESTÃO DE CRISE E RP</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas



<b>Ementa</b>	Comunicação de crise, relações com a mídia e relações em rede. Conceitos sobre crise de imagem. O papel do profissional de comunicação no gerenciamento de crises de imagem. Administração da crise e da imagem. A vigilância e o compartilhamento nas mídias sociais. Do relacionamento com a mídia ao relacionamento em rede. Gestão de risco e comunicação corporativa.
<b>Bibliografia Básica</b>	FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2015.
	VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada. São Paulo: Summus Editorial, 2010.
	NEVES, Roberto de Castro. Crises Empresariais com a opinião pública. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BARBEIRO, Heródoto. Você na telinha – como usar a mídia a seu favor. São Paulo: Futura, 2002.
	SUSSKIND, Lawrence & Field, Patrick. Em crise com a opinião pública. São Paulo: Futura, 1997.

<b>Disciplina</b>	<b>AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING V</b>
<b>Carga Horária</b>	60 horas
<b>Ementa</b>	Conceito de cultura de massa e indústria criativa. Noções de identificação e projeção nos processos culturais. Metodologia e conceito para desenvolvimento de produtos e eventos culturais. Sistema de produção cultural. Projetos e demandas criativas e de entretenimento. Tipos de planejamento cultural: evento cultural, ação cultural, programa de ações, política cultural. Legislação específica para cultura e entretenimento. Cultura, entretenimento e as temáticas humanísticas e transversais (educação ambiental, relações étnico raciais e indígenas, combate ao preconceito, ética, direitos humanos, acessibilidade plena).
<b>Bibliografia Básica</b>	RUBIM, Linda (org.). Organização e Produção da Cultura. Salvador, Edufba, 2005.
	RUBIM, Antônio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre (org.). Políticas Culturais no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2007.
	MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo – 1 Neurose. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977. _____. Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo – 2 Necrose. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
	MARTIN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
<b>Bibliografia Complementar</b>	LADEIRA, J. M. A ideia de indústrias criativas como fator de desenvolvimento no Brasil contemporâneo: a institucionalização de um projeto. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. Anais...2012. UNIFOR-Fortaleza/CE.
	DUARTE, Rodrigo. Indústria Cultural: uma introdução. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
	ADORNO, Theodor W.; Horkheimer, Max. A Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

<b>Disciplina</b>	<b>DATA SCIENCE PARA MARKETING III</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas



<b>Ementa</b>	Técnicas de busca e mineração de dados; limpeza de banco de dados e aplicação de dados a comunicação; construção de gráficos e tabelas baseadas em dados; apresentação de dados quantitativos; análise descritiva de dados.
<b>Bibliografia Básica</b>	GÉRON, Aurélien. Mãos à obra: Aprendizado de máquina com Scikit-Learn & TensorFlow. 1a edição. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.
	MORETTIN, Pedro. Estatística Básica. Saraiva, 2017.
	FERREIRA, Rafael. Preparação e análise exploratória de dados. São Paulo: Novatec, 2021.
<b>Bibliografia Complementar</b>	KIMBALL, Ralph. The Data Warehouse Toolkit. Wiley, 2013.
	BRUCE, Peter. Estatística Prática para Cientistas de Dados. O'Reilly, 2019.
	KNAFLIC, Cole Nussbaumer. Storytelling com dados. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.
	MILANI, Alessandra. Visualização de dados. São Paulo: Casa do Código, 2020.
	SWEIGART, Al. Automatize as tarefas maçantes com Python. São Paulo: Novatec, 2015.

<b>Disciplina</b>	<b>EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Conceitos, práticas, casos e estratégias empreendedoras em um contexto social cada vez mais voltado para a gestão todas as atividades da empresa. . A estrutura colaborativa no ciberjornalismo. Modelos de negócio no jornalismo Procedimentos voltados para a gestão e sustentabilidade de carreiras. Incentivo ao do trabalho em equipe e desenvolvimento de liderança. Enfrentamento e mediação de conflitos. Análise da tomada de decisão para iniciar o negócio. <a href="#">Empreendedorismo, inovação, meio ambiente e sustentabilidade. Negócios sustentáveis.</a>
<b>Bibliografia Básica</b>	DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2011
	MAINIERI de Oliveira,Tiago. Perfil do Comunicador Empreendedor. In: CELACOM 2005 IX Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação. São Bernardo do Campo. Anais do CELACOM. São Paulo:UMESP,2005.
	COSTA, Caio Tulio. Um modelo de negócios para o jornalismo digital. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, v. 9, p. 51-115, abr./maio/jun. 2014.
<b>Bibliografia Complementar</b>	DORNELLAS, José Carlos. Transformando ideias em negócios. São Paulo: Ed. Campus, 2012.
	CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.
	PESCE, B. A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar sua vida. São Paulo: Enkla, 2015.

<b>Disciplina</b>	<b>AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE MARKETING VI</b>
<b>Carga Horária</b>	60 horas
<b>Ementa</b>	Posicionamento e decisões na área de atendimento. Conversão de leads em clientes. de clientes. Defesa das campanhas e ações. Relacionamento com clientes. Técnicas de negociação. Automação na interação com o cliente. Ferramentas de atendimento ao cliente. Métodos e práticas de atendimento. Planejamento e análise do briefing.
<b>Bibliografia Básica</b>	CHURCHILL, G; PETER, J. P. Marketing Criando Valor para os Clientes; São Paulo: Saraiva, 2013.



	FERRARI, Flávio. Planejamento e atendimento: a arte do guerreiro. São Paulo: Loyola, 2001.
	McKENNA, Regis. Marketing de Relacionamento: Estratégias bem-sucedidas para a era do cliente. 24. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
<b>Bibliografia Complementar</b>	FREEMANTLE, David. Incrível atendimento ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1994. PEPPERS, D.& ROGERS, M. Managing customer relationships: A strategic framework. Hoboken: John Wiley & Sons, 2011 GONÇALVES, Carlos A.; JAMIL, George L.; TAVARES, Wolmer R. Marketing de Relacionamento: DataBase Marketing: uma estratégia para adaptação em mercados competitivos. Rio de Janeiro: Axcel, 2002

<b>Disciplina</b>	<b>GESTÃO DE PROJETOS E METODOLOGIAS ÁGEIS</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	DEFINIÇÃO E CONCEITOS DE PRODUCT MANAGEMENT; PAPEL DO PRODUCT MANAGER NAS ORGANIZAÇÕES E STARTUPS; CRIAÇÃO DE OPORTUNIDADES E HIPÓTESES; VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES; ESTRATÉGIA DE PRODUTO E DESENVOLVIMENTO; PESQUISA DE MERCADO; PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO; POSICIONAMENTO DE PRODUTO; TRABALHO EM EQUIPE E MÉTODOS DE GESTÃO DE PRODUTO; UX/UI PARA PRODUTOS; WIREFRAMES E TESTES DE USABILIDADE.
<b>Bibliografia Básica</b>	Cagan, Marty. Inspirado: Como criar produtos de tecnologia que os clientes amam. Alta Books, 2ª ed., 2020. Anon, Josh; Villaumbrosia, Carlos González. The Product Book: como se tornar um grande Product Manager. Product School, 2017.
<b>Bibliografia Complementar</b>	Kim, W. C.; Mauborgne, R.. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. SPRINT: O MÉTODO USADO NO GOOGLE PARA TESTAR E APLICAR NOVAS IDEIAS EM APENAS CINCO DIAS. EDITORA INTRINSECA, 2017. Ries, Eric; Calado, Alves; Immelt, Jeff. A Startup Enxuta: como usar a inovação contínua para criar negócios radicalmente bem-sucedidos. Editora Sextante, 2019.

<b>Disciplina</b>	<b>LIDERANÇA, GESTÃO DE EQUIPE E MOTIVAÇÃO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Legislação e códigos de ética da Comunicação Social, Jornalismo e de Publicidade e Propaganda. Conceitos básicos de soft e hard skills. Importância da liderança e inteligência emocional no trabalho e na publicidade. Liderança transformacional e adaptativa. Gerenciamento de equipes multiculturais e diversificadas. Relações étnico-raciais nas organizações. Ética na liderança.
<b>Bibliografia Básica</b>	CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro, Campus, 1999. FLEURY, A.; FLEURY, M.T.L. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
<b>Bibliografia Complementar</b>	PAIVA, A. R. (org.). Direitos Humanos em seus desafios contemporâneos; Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio & Ed. PALLAS, 2012. SILVA, V. et al. Gestão de RH por competências e empregabilidade, 2ª ed. CAMPANHOLE, GIACOMINI Filho, Gino. Consumidor versus Propaganda. São Paulo: Summus, 1991.



<b>Disciplina</b>	<b>TCC 1</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Elaboração do trabalho final de curso. Concepção, planejamento e desenvolvimento de monografia ou projeto prático em Jornalismo ou Publicidade e Propaganda. Revisão da literatura. Confirmação de orientador (a) e tema. Atendimento individualizado. Datas e prazos para a realização do trabalho.
<b>Bibliografia Básica</b>	ALVES, Magda. Como escrever teses e monografias. RJ:Campus, 2003.
	ECO, Umberto. Como se faz uma tese em Ciências Humanas. Barcarena: Presença, 2007.
	AKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos da Metodologia Científica. São Paulo: Editora ATLAS, 1991.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BECKER, Howard S. Segredos e truques da pesquisa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
	SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
	GUINZBURG, Carlo. O queijo e os vermes: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela Inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

<b>Disciplina</b>	<b>TCC 2</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Elaboração do trabalho final de curso. Concepção, planejamento e desenvolvimento de monografia ou projeto prático em Jornalismo ou Publicidade e Propaganda. Revisão da literatura. Atendimento individualizado. Datas e prazos para a realização do trabalho.
<b>Bibliografia Básica</b>	ALVES, Magda. Como escrever teses e monografias. RJ:Campus, 2003.
	ECO, Umberto. Como se faz uma tese em Ciências Humanas. Barcarena: Presença, 2007.
	AKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos da Metodologia Científica. São Paulo: Editora ATLAS, 1991.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BECKER, Howard S. Segredos e truques da pesquisa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
	SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
	GUINZBURG, Carlo. O queijo e os vermes: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela Inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

## Anexo - Componentes Eletivos

<b>Disciplina</b>	<b>LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS - LIBRAS</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Estudo de temas considerados relevantes para o exercício da função profissional. Estudos linguísticos e línguas de sinais. História da educação de surdos e a aquisição da escrita pelo surdo. A importância das LIBRAS no desenvolvimento sócio-cultural do portador de necessidades especiais. LIBRAS e o Estatuto da pessoa com deficiência. Vocabulário básico em LIBRAS.



<b>Bibliografia Básica</b>	QUADROS, Ronice M. Língua de herança: língua brasileira de sinais. Porto Alegre: Penso, 2017.
	LEITE, Flávia Piva Almeida. Comentários ao Estatuto da Pessoa com Deficiência. São Paulo : Saraiva Educação, 2016.
	ESTELITA, Mariangela. ELiS : Sistema Brasileiro de Escrita das Línguas de Sinais. São Paulo: Saraiva, 2015.
<b>Bibliografia Complementar</b>	CESSER, Audrei. Libras - Que lingua é essa? São Paulo: Parábola, 2009. Disponível em: <a href="https://audreigesser.paginas.ufsc.br/files/2010/11/livro.pdf">https://audreigesser.paginas.ufsc.br/files/2010/11/livro.pdf</a> .
	QUADROS, Ronice. M. de. O tradutor e intérprete de língua brasileira de sinais e língua Portuguesa. Brasília: MEC, SEESP, 2004. Disponível em: <a href="http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/tradutorlibras.pdf">http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/tradutorlibras.pdf</a> .
	QUADROS, Ronice. M. de & KARNOPP, L. B. Língua de Sinais Brasileira: Estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2007. Disponível em: <a href="http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/tradutorlibras.pdf">http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/tradutorlibras.pdf</a> .
	SALLES, Heloisa Maria Moreira Lima; FAULSTCH, Enilde; CARVALHO, Orlene Lúcia; e RAMOS, Ana Adelina Lopo. Ensino de Língua Portuguesa para Surdos: Caminhos para a Prática Pedagógica. Vol 1 e 2. Brasília: MEC, SEESP, 2004.
	CESSER, Audrei. Metodologia de Ensino em LIBRAS como L2. Santa Catarina, 2010.

<b>Disciplina</b>	<b>ÉTICA, CULTURA E CONSUMO CONSCIENTE</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Aspectos éticos na sociedade de consumo e nas organizações. Negócios e ética. Dilemas éticos nas organizações. Cultura do consumo. Aspectos culturais e internacionalização de empresas. Consumo, cultura e ética; os direitos humanos, as relações étnico-raciais e indígenas e o combate ao preconceito. Consumismo, modernidade e conscientização. Marketing social e seu impacto na sociedade. Escolas de ética e aplicações no mundo dos negócios.
<b>Bibliografia Básica</b>	DUNCAN, S. O guia da ética para o mundo dos negócios. Brasil: Editora Senac São Paulo, 2021.
	Ética, responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios. (n.d.). (n.p.): Saraiva Educação S.A..
<b>Bibliografia Complementar</b>	NEVES, M. Consumo Consciente: Um guia para cidadãos e empresas socialmente responsáveis. Brasil: E-papers, 2003.
	GHILLYER, A. W. Ética nos negócios - 4.Ed.. Brasil: AMGH Editora, 2014.
	FONTENELLE, I. Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas). (n.p.): Editora FGV, 2017.
	ROCHA, E. (2012). A Sociedade do Sonho. Brasil: Mauad Editora. BUENO, M. L., CAMARGO, L. O. d. L. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. Brasil: Editora Senac São Paulo, 2019.

<b>Disciplina</b>	<b>COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	O conceito de organização e suas várias dimensões. Revisões teóricas da Comunicação Organizacional. A constituição comunicativa das organizações e da sociedade. Tendências da pesquisa e da teorização em Comunicação Organizacional. Comunicação Organizacional: o modelo mecanicista. Os principais pressupostos do modelo mecanicista - principais autores e conceitos;



	Comunicação organizacional; os principais pressupostos do modelo interpretativo; Comunicação organizacional: a perspectiva crítica; Os principais pressupostos do modelo crítico - principais autores e conceitos; Comunicação organizacional: os novos paradigmas
<b>Bibliografia Básica</b>	MARTINO, L. M. S. M. Â. C. S. Ética, mídia e comunicação. [s. l.]: Summus Editorial, [s. d.]. ISBN 9788532311009.
	KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009.
	PIMENTEL, Marina de Oliveira. Em pauta: manual prático da comunicação organizacional. Curitiba: InterSaberes, 2017. Pearson.
<b>Bibliografia Complementar</b>	FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: FAFICH/PPGCom, UFMG, 2014.
	OLIVEIRA, Ivone de L.; LIMA, Fábila P (orgs.). Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional. Rio de Janeiro: SENAC, 2012.
	MARCHIORI, Marlene (org.). Faces da cultura e da comunicação organizacional. v. 2. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2018.

<b>Disciplina</b>	<b>COMUNICAÇÃO E GÊNERO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	A construção do feminino nos produtos mediáticos. A relação entre os estudos de Comunicação e Cultura e as questões de Gênero no universo mediático. Fundamentos teóricos e perspectivas metodológicas e suas aplicações na análise de produtos culturais contemporâneos. Os estudos europeus, norte-americanos, a contribuição latino-americana, estudos culturais e perspectivas de gênero. O feminino no cinema; O feminino na tv; O feminino na publicidade; O feminino no rádio; O feminino e as novas tecnologias
<b>Bibliografia Básica</b>	ESCOSTEGUY, Ana Carolina. A Contribuição do Olhar Feminista. Revista InTexto, Porto Alegre, n. 3, 1998/1.
	FLAX, Jane. Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org). Pós-modernismo e política. Rio de Janeiro: Rocco, 1992, p.217-250. Acesso livre.
	FREITAG, Raquel Meister Ko; SEVERO, Cristine Gorski (org.). Mulheres, linguagem e poder: estudos de gênero na sociolinguística brasileira. São Paulo: Blucher, 2015.
<b>Bibliografia Complementar</b>	HERMES, Joke. Critical Viewship. In: HERMES, Joke. Re-reading popular culture. UK: Blackwell Publishing, 2005. Substituir por: FELDMANN, Anna Flávia. Comunicação, gênero e saúde: uma análise das campanhas do câncer de mama no Brasil. São Paulo: Atlas, 2015.
	FAUSTO- STERLING, Anne. Dualismos em duelo. In: Cadernos Pagu. São Paulo/Campinas: UNICAMP/ Núcleo de Estudos de Gênero. v.17/18, 2001/2
	MESQUITA, Kamila; RUÃO, Teresa; ANDRADE, José Gabriel. Transformações da comunicação organizacional: novas práticas e desafios nas mídias sociais. 2020.

<b>Disciplina</b>	<b>GERENCIAMENTO DE CONTAS</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Gerenciamento de Contas - Gerenciamento, Management, Gestão: conceitos estratégicos e operacionais. Conceitos e idéias inovadoras. A nova gerência, gestão



	de relacionamento com o cliente, e-learning e benchmarking. O gerenciamento total, integrado, coordenado. Um processo de racionalização administrativa e de facilitação. Conceitos de contas e de grupo de contas. A atuação da Agência e do Anunciante. O atendimento. A nova dinâmica de gerenciamento do negócio publicitário.
<b>Bibliografia Básica</b>	CORREA, Roberto. Atendimento na Agência de Comunicação. São Paulo: Global, 2006.
	FERREIRA, Armando. BACELLAR, Fátima. Atendimento e encantamento. Rio de Janeiro: Expert books, 2003.
	LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade: a verdadeira alma do negócio. 2.ed. São Paulo: Thomson Learning, 2009.
<b>Bibliografia Complementar</b>	JONES, J. A publicidade como negócio. São Paulo: Nobel, 2003.
	PINTO, A. Pequenas agências, grandes resultados. São Paulo: Clio, 2011.
	BOYNTON, W. C.; JOHNSON, R. N.; KELL, W. G. Auditoria. Tradução: José Evaristo dos Santos. São Paulo: Atlas, 2002.

<b>Disciplina</b>	<b>CINEMA BRASILEIRO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Estudo da memória, da história e da evolução estética do Cinema Brasileiro entre 1897 e 1965. Apresentação do nascimento do cinema silencioso e dos principais ciclos do período sonoro: Cinédia, Atlântida, Vera Cruz e o início do Cinema Novo. Compreensão crítica dos problemas do Cinema Brasileiro Contemporâneo. A realização de um filme brasileiro: aspectos artísticos, técnicos e criativos. Pré-produção, Produção, Pós-Produção. Distribuição e Exibição. Questões legais, financeiras e culturais.
<b>Bibliografia Básica</b>	BERNARDET, Jean-Claude. Cinema brasileiro propostas para uma história; São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
	MELEIRO, Alessandra (org.). Coleção Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira. vol. 3. Cinema e Mercado; São Paulo: Iniciativa Cultural e Escritura Editora, 2010.
	PAIVA, Samuel; SCHVARZMAN, Sheila. Viagem ao cinema silencioso do Brasil; Rio de Janeiro: Editorial Azougue, 2011.
<b>Bibliografia Complementar</b>	PARANAGUÁ, Paulo Antônio. A invenção do cinema brasileiro modernismo em três tempos; Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.
	RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. Enciclopédia do Cinema Brasileiro; São Paulo: SENAC, 2012.
	NAGIB, Lúcia. A utopia no cinema brasileiro; São Paulo: Cosac Naify, 2006.

<b>Disciplina</b>	<b>PENSAMENTO SOCIAL E POLÍTICO BRASILEIRO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Formação da população brasileira. História da África e dos africanos. História e cultura afro-brasileira. História dos povos indígenas no Brasil. Cultura negra e indígena brasileira na formação da sociedade nacional. Relações étnico-raciais. Desenvolvimento histórico dos Direitos Humanos. A Constituição Federal e os Direitos Humanos. Legitimidade, Dominação, Soberania, Revolução, Democracia
<b>Bibliografia Básica</b>	SANTOS, LARA TALINE DOS. História da América: das independências à globalização. [s. l.]: Editora Intersaberes, [s. d.]. ISBN 9788559726435.
	GIANTURCO, Adriano. A ciência da política: uma introdução. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2020. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788530991562.





	ROSAS, João Cardoso; FERREIRA, Ana Rita (org.). Ideologias políticas contemporâneas: mudanças e permanências. São Paulo: Grupo Almedina, 2016. ISBN 9789724055657.
<b>Bibliografia Complementar</b>	RAMOS, Flamarion Caldeira. Manual de filosofia política: para os cursos de teoria do Estado e ciência política, filosofia e ciências sociais. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788553600878. ALVES, Ana Cristina Zecchinelli; OLIVEIRA, Simone de. História antiga. Porto Alegre: SAGAH, 2019. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788595029958. ORGANIZADORA TATHIANA CHICARINO. Educação Das Relações Étnico-Raciais. [s. l.]: Editora Pearson, [s. d.]. ISBN 9788543017013. ELSTON AMERICO JUNIOR; IZIQUEL ANTÔNIO RADVANSKEI. Estudo das relações étnico-raciais para o ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena. [s. l.]: Contentus, [s. d.]. ISBN 9786557456583.

<b>Disciplina</b>	<b>PESQUISA EM MARKETING</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Organização, processo e aplicações da pesquisa de marketing no contexto das decisões de marketing; a importância da pesquisa de marketing nas organizações e na tomada de decisão; a formulação de problemas, fontes de informações, concepção de pesquisa, coleta, análise, e interpretação de dados; tipos de pesquisas e suas finalidades; apresentação de relatórios e resultados.
<b>Bibliografia Básica</b>	MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. AAKER, David A.; DAY, George S.; KUMAR, Vinay. Pesquisa de marketing. ed. São Paulo: Atlas, 2004. ZIKMUND, W. Princípios da Pesquisa de Marketing 2. ed; São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
<b>Bibliografia Complementar</b>	MALHOTRA, N; ROCHA, I; LAUDISIO, M.C.; ALTHEMAN, E.; BORGES, F. Introdução à Pesquisa de Marketing; São Paulo: Pearson, 2005. VIEIRA, V. Escalas em Marketing - Métricas de resposta do consumidor e de desempenho gerencial; São Paulo: Atlas, 2011. KOTLER, P; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing 12.ed; São Paulo: Pearson, 2008. LAS CASAS, A. Administração de Marketing - conceitos, planejamento e aplicação à realidade brasileira; São Paulo: Atlas, 2006.

<b>Disciplina</b>	<b>INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E MACHINE LEARNING I</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	História e fundamentos da Inteligência Artificial (IA). Métodos de busca para resolução de problemas: busca cega, busca heurística e busca competitiva. Representação do conhecimento. Conceitos de aprendizado de máquina: aprendizados supervisionado e não-supervisionado. Aplicações de IA: Processamento de Linguagens Naturais, Jogos, Robótica e Mineração de Dados.
<b>Bibliografia Básica</b>	RUSSEL, S.; Norvig, P. Inteligência Artificial, Ed. Campus, 2003. ROSA, J. L. G. Fundamentos da Inteligência Artificial, LTC, 2011. LUGER, G. Artificial Intelligence: Structures and Strategies for Complex Problem Solving. Addison-Wesley Pub Co, 2008.
<b>Bibliografia Complementar</b>	BISHOP, C. M. Pattern Recognition and Machine Learning. Springer, 2006. BITTENCOURT, G. Inteligência artificial: ferramentas e teorias. 3.ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2006.



	COELHO, H. Inteligência artificial em 25 lições. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1995.
--	--

<b>Disciplina</b>	<b>INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E MACHINE LEARNING II</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Apresenta uma visão detalhada e comparativa das abordagens “não simbólicas” de Inteligência Artificial, também conhecidas como Inteligência Computacional, envolvendo a abordagem conexionista, a evolutiva e a lógica nebulosa, procurando indicar em que classe de problemas cada abordagem é mais adequada. Na abordagem conexionista, vários modelos de redes são estudados, descrevendo-se para cada modelo, características de funcionamento, formas de aprendizado e aplicações típicas. Na abordagem evolutiva, diferentes algoritmos evolucionários são apresentados e comparados. A abordagem nebulosa é estudada como uma ferramenta para manipulação de conhecimento incerto na solução de vários problemas. Segue-se o uso de softwares de simulação e estudo de casos.
<b>Bibliografia Básica</b>	KASABOV, Nikola K. Foundations of Neural Networks, Fuzzy Systems, and Knowledge Engineering. MIT Press, 1996.
	FREEMAN, James A. & Skapura, David M. Neural Networks: Algorithms, Applications and Programming Techniques. Addison-Wesley Publishing, 1992
	HAYKIN, Simon. Redes Neurais: princípios e prática. Bookman, 2a. Ed., 2001.
<b>Bibliografia Complementar</b>	KOVÁCS, Zsolt Laszlo. Redes Neurais Artificiais: fundamentos e aplicações. Collegium Cognitio, 1997.
	RUMELHART, D.; Hinton, G. & Williams, R. Learning Internal representation by Error Propagation. In: Parallel Distributed Processing: explorations in the microstructure of cognition - Vol 1. MIT Press, 1986.
	BARRETO, Jorge M. Inteligência Artificial: No limiar do século XXI. Duplic Edições, 1997.

<b>Disciplina</b>	<b>TÓPICOS ESPECIAIS EM MULHERES E LIDERANÇA</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	INTRODUÇÃO ÀS QUESTÕES DE GÊNERO NO MERCADO DE TRABALHO; VIESES INCONSCIENTES E CARREIRA DA MULHER; COMUNICAÇÃO, PERSUAÇÃO E REDES; SAÚDE MENTAL E OBSTÁCULOS INVISÍVEIS À CARREIRA DA MULHER; TENDÊNCIAS: VIÉS ALGORÍTMICO, OS DIREITOS HUMANOS, PAPEL DOS HOMENS NA AGENDA DA EQUIDADE de GÊNERO, RAÇA E RESSIGNIFICAÇÃO DO TRABALHO; TREINAMENTO DE PITCH PARA EXPLICAR A PRÓPRIA TRAJETÓRIA; MENTORIA E OUTROS APOIOS ÀS MULHERES EM SUAS CARREIRAS.
<b>Bibliografia Básica</b>	Ribeiro, Djamila. Pequeno Manual Antirracista. Companhia das Letras, 2019.
	Zanello, Valeska. A Prateleira do Amor: Sobre Mulheres, Homens e Relações. Capa. Appris, 2022.
	Adichie, Chimamanda Ngozi. O perigo de uma história única. Companhia das Letras, 2019.
	Ibarra, Herminia. Act like a leader, think like a leader. Harvard Business Review Press, 2015.
<b>Bibliografia Complementar</b>	Brown, Brené. A coragem de ser imperfeito: como aceitar a própria vulnerabilidade, vencer a vergonha e ousar ser quem você é. Sextante, 2013.
	Gonzalez, Lélia. Por um feminismo afrolatino americano: ensaios, intervenções e diálogos/organização Flávia Rios, Márcia Lima. Zahar, 2020.



Malheiros Henriques, R. Quirino, K. Exclusão digital e inclusão social: como a digitalização pode alavancar a diversidade no mundo empresarial? Fundação Dom Cabral, 2021.

<b>Disciplina</b>	<b>ESTÉTICA E ARTE NA COMUNICAÇÃO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Reflexões dos fundamentos e conceitos da estética, a subjetividade da arte, o belo e o feio, a experiência estética. O valor da arte na era da reprodutibilidade técnica (fotografia, cinema, TV e inteligência artificial). A Cultura de Massa. A experiência estética e da reflexão crítica criativa a partir da análise de diferentes produtos culturais e obras artísticas.
<b>Bibliografia Básica</b>	BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: Obras escolhidas: Magia, Arte e Técnica. 7a edição. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994.
	BOSI, Alfredo. Reflexões sobre a arte. São Paulo: Ática, 1985.
	ECO, Umberto. História da Beleza. Rio de Janeiro: Record, 2004.
	_____. História da Feiúra. Rio de Janeiro: Record, 2007.
<b>Bibliografia Complementar</b>	GUIMARÃENS, César. "O que ainda podemos esperar da experiência estética?". In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B.; MENDONÇA, C. (orgs). Comunicação e Experiência Estética. BH: UFMG, 2006.
	WUNENBURGER, Jean-Jacques. Imaginários de uma técnica social, IN: Explorações do Imaginário. São Paulo: Loyola, 2007.
	SANTAELLA, L. Por que as artes e as comunicações estão convergindo? SP: Paulus, 2007.

<b>Disciplina</b>	<b>DIREÇÃO DE ARTE</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	O processo criativo e técnicas aplicadas de direção de arte. Conceitos criativos de direção de arte em produções publicitárias. Análise e construção de imagens para ações publicitárias. Composição visual das informações. O espaço gráfico. Exercícios de criação e, produção e composição visual. Direção de arte e as especificidades dos veículos de comunicação.
<b>Bibliografia Básica</b>	CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. Brasília: SENAC, 2006.
	VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
	RAMALHO e Oliveira, Sandra. Imagem também se lê. São Paulo: Edições Rosari, 2005. 191p
	CARVALHO, Nelly. Publicidade: a linguagem da sedução. São Paulo: Atica, 1996.
<b>Bibliografia Complementar</b>	AUMONT, Jacques. A imagem. São Paulo: Papirus, 14a ed., 2009.
	BARRETO, Roberta Mena. Criatividade em propaganda. São Paulo: Summus, 1982
	VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo da publicidade: uma proposta. São Paulo: Loyola, 1999.

<b>Disciplina</b>	<b>LINGUAGEM, NARRATIVA E ESCRITA</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Fundamentos e estruturas da Língua Portuguesa. Gêneros literários, acadêmicos e jornalísticos. Conceitos de imparcialidade, opinião e informação. Produção escrita



	e oral. Texto e processos de criação em múltiplas plataformas. Criatividade e inovação na linguagem comunicativa. O uso dos recursos literários na construção da narrativa. Percepções objetivas e subjetivas no foco narrativo. Plataformas tradicionais e digitais. Normas ABNT. Aperfeiçoamento da escrita a partir da produção criativa de material textual.
<b>Bibliografia Básica</b>	KOCH, Ingedore V. G.; ELIAS, Vanda Maria. Ler e escrever: estratégias de produção textual. São Paulo: Contexto, 2009
	CORREIA, Manoel Luiz Gonçalves. Linguagem & Comunicação Social: visões da linguística moderna. São Paulo: Parábola, 2002.
	MARTINS, Jorge. 2.ed. Redação publicitária: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2008
<b>Bibliografia Complementar</b>	LEITE, Ligia Chiappini Moraes. O foco narrativo: ou a polêmica em torno da ilusão. São Paulo: Ática, 2002.
	BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
	FOUCAULT, Michel. As Palavras e as Coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
	BARFOOT, Caroline. Fundamentos de publicidade criativa. Porto Alegre: Bookman, 2010.
	KOCK, Stephen. Oficina de escritores: um manual da arte de ficção. Tradução de Marcelo Dias Almada. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

<b>Disciplina</b>	<b>MARKETING DE RELACIONAMENTO</b>
<b>Carga Horária</b>	80 horas
<b>Ementa</b>	Relacionamento com mercado consumidor. Relacionamento com mercado organizacional. Indicadores de relacionamento com cliente. Fundamentos e conceitos do CRM. Cadeias de relacionamento. Tecnologia no Marketing de Relacionamento. Planejamento e avaliação de relacionamentos com o cliente.
<b>Bibliografia Básica</b>	DEMO, Gisela; PONTES, Valter. Marketing de relacionamento (CRM): estado da arte e estudos de casos. São Paulo: Atlas, 2008
	SAMARA, Beatriz. MORSCH, Marco. Comportamento do Consumidor – conceitos e casos. 2005.
	KOTLER, Philip. Marketing 4.0. Do tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2017.
<b>Bibliografia Complementar</b>	CAMARGO, Pedro. Comportamento do Consumidor – a biologia, anatomia e fisiologia do consumo. Ribeirão Preto, SP: Editora Novo Conceito, 2012.
	OLSON, Jerry. PETER, J. Comportamento do Consumidor e estratégia de marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2009.
	SOLOMON, Michael. Comportamento do Consumidor – comprando, possuindo, sendo. Porto Alegre, Bookman, 2010.