



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

**PROJETO DE OFERTA DO CURSO DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA NA MODALIDADE DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
(SEMIPRESENCIAL)**

**União da Vitória
Agosto de 2022**



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

**PROJETO DE OFERTA DO CURSO DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA NA MODALIDADE DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
(SEMIPRESENCIAL)**

Responsáveis pela elaboração deste projeto:

Prof. Ma. Julliana Biscaia (Publicitária)

Prof.^a Dra. Angela Maria Farah (Jornalista)

União da Vitória

Agosto de 2022



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	3
2 JUSTIFICATIVA PARA OFERTA DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA NA MODALIDADE DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (SEMIPRESENCIAL)	4
3 CONCEPÇÃO, FINALIDADES E OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO	6
3.1 OBJETIVOS	12
3 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	16
3.1 CURRÍCULO PLENO	16
3.2 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS	21
4 INDICAÇÃO DO RESPONSÁVEL PELA IMPLANTAÇÃO E COORDENAÇÃO DO CURSO	24
5 COMPROVAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA INFRAESTRUTURA A SER UTILIZADA	25
REFERÊNCIAS	27
ANEXOS	28



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

1 APRESENTAÇÃO

O Centro Universitário de União da Vitória - UniuV é uma Instituição de Ensino Superior pública, mantida pela Fundação Municipal Centro Universitário de União da Vitória - UNIUV, gozando de autonomia administrativa, financeira e didático-científica. É regida por Legislação Federal, Estadual e Municipal; Estatuto da Mantenedora; Regimento e por atos normativos internos, expedidos pelos órgãos singulares ou colegiados competentes.

O Projeto de Oferta de Curso de graduação em Publicidade e Propaganda orienta-se pelas mesmas normas, seguindo a estrutura organizacional acadêmica e administrativa, o Projeto de Desenvolvimento Institucional e o Projeto Pedagógico Institucional. Uma vez aprovado, este projeto dará sustentação à produção do Projeto Político Pedagógico - PPC, que será elaborado, no decorrer do tempo, dando tanto ao curso como ao profissional, um caráter de novo, à medida que associa o global ao local.

O presente Projeto tem por finalidade criar um novo curso, norteado no atendimento às Diretrizes Nacionais Curriculares e aos demais instrumentos legais pertinentes, ao perfil do profissional desejado, em consonância com a realidade socioeconômica da região onde está inserido o UniuV, agregando as mudanças mercadológicas e a experiência de ocorrência do curso de Publicidade e Propaganda na modalidade presencial.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

2 JUSTIFICATIVA PARA OFERTA DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA NA MODALIDADE DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (SEMIPRESENCIAL)

O curso de Publicidade e Propaganda (ainda Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda) na modalidade presencial foi ofertado pelo Uniuuv em 2002. Desde então, foram 18 turmas formadas, profissionalizando o mercado local e regional. O curso de Publicidade e Propaganda na modalidade presencial ainda é ofertado, mas desde 2019 a procura tem sido menor, ocasionando o não fechamento de turmas.

Em 2019, o UNIUV obteve, por meio da Portaria n.º 246, de 30 de maio de 2019, da Secretaria de Regulação e Supervisão da Educação Superior do Ministério da Educação, o credenciamento para oferta de cursos superiores na modalidade a distância. No mesmo ano, a Unidade Acadêmica de São Mateus do Sul foi credenciada como Polo EaD. Atendendo a demanda regional e vindo de encontro às tendências do Ensino Superior no Brasil, em 2019 o UNIUV passou a ofertar 15 novos cursos na modalidade EaD, com formato semipresencial, em que as aulas presenciais ocorrem de duas a três noites por semana.

Desse modo, o aperfeiçoamento do curso de Publicidade e Propaganda para a modalidade EaD, no regime semipresencial, visa atender as demandas dos estudantes por uma Instituição de Ensino Superior que se preocupa com a flexibilidade na oferta de cursos e deverá preparar o futuro profissional de publicidade e propaganda para enfrentar os novos desafios de um abrangente mercado de trabalho cada vez mais exigente.

A inclusão de novas disciplinas, atualização de disciplinas já existentes, a implementação da curricularização da extensão e o foco na produção de conteúdo são as alterações mais relevantes, se comparado à matriz do curso presencial, que



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

proporcionam ao estudante a oportunidade de ter contato com os mais diversos conteúdos que regem, hoje, a vida social.

Os conteúdos que compõem a matriz curricular do curso proposto visam a formação de um Publicitário ciente de suas responsabilidades éticas e focado nas necessidades do mercado, capaz de colocar em prática todas as etapas do planejamento de comunicação, aliando interesses mercadológicos e sociais, preparado para a realidade de mercado da região, dando subsídios para a sua atuação na ampliação deste mercado bem como a colocação em mercados de centros urbanos maiores.

Com base no mercado de trabalho, o Uniuv visa dar suporte e aprendizado para que o profissional possa desempenhar seu papel de forma ética, humana e técnica. O egresso do Curso Superior de Bacharelado em Publicidade e Propaganda do UNIUV sai capacitado para atuar em agências de publicidade nos departamentos de: atendimento de contas, planejamento de campanhas, mídia, produção gráfica e eletrônica, na criação e redação publicitária, podendo ainda empreender na área de comunicação ou áreas afins ou trabalhar como autônomo para empresas de União da Vitória e região como em grandes centros.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

3 CONCEPÇÃO, FINALIDADES E OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

Ao contrário do que se pensa, as oportunidades de trabalho já não se encontram mais centralizadas nos grandes centros ou em suas regiões metropolitanas. Desde o crescimento universitário, vivenciado pelo Brasil nos anos anteriores mais recentes, os centros urbanos localizados no interior passaram a se desenvolver mais e, com isso, oferecer mais infraestrutura mercadológica e de bens e serviços.

O processo de migração inverteu-se e no interior, hoje, é que estão as boas oportunidades de trabalho. O funcionamento de um centro universitário nas localidades distantes das capitais mexe com o desenvolvimento de toda uma micro-região que circunda a cidade que abriga tal instituição. O primeiro setor a se desenvolver é o comércio que, diante da necessidade de atender a demanda universitária, parte para a contratação de mão-de-obra especializada e esta vem da universidade. Isto é válido para todos os setores e segmentos, incluindo o da comunicação social.

Essa crescente competitividade do mercado exige cada vez mais que empresas, comércios e profissionais liberais se diferenciem de seus concorrentes por meio de estratégias de comunicação eficientes. Essa realidade, já conhecida nos grandes centros, é cada vez mais evidente nas cidades do interior que compõem a região de União da Vitória, o que vem criando uma demanda sempre maior de profissionais voltados ao estudo e a implementação de ações de divulgação e diferenciação no mercado.

A demanda é gerada não só para atuação dentro de agências de publicidade, mas também dentro de veículos de comunicação, gráficas, produtoras de áudio e vídeo, bem como na atuação dentro das empresas. Isso faz do profissional formado



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

em Publicidade e Propaganda uma peça fundamental para o desenvolvimento econômico das cidades, pois evidencia os produtos e serviços acirrando a concorrência e desenvolvendo o mercado.

Ainda nesta visão empresarial, o profissional de Publicidade e Propaganda formado no UniuV traz direcionamento e qualidade para a comunicação, evitando investimentos mal empenhados e proporcionando resultados capazes de alavancar o desenvolvimento e crescimento das empresas no mercado de atuação.

É por meio do trabalho deste profissional que a propaganda cumpre sua função de forma regulamentada e ética, preservando o bom senso, a criatividade e a estética nas informações passadas ao consumidor, de forma planejada para o melhor momento e o lugar adequado.

O curso destina-se a formar profissionais aptos a planejar e executar soluções de comunicação eficazes para empresas, prestadores de serviço, profissionais liberais ou ainda, qualquer instituição ou pessoa que necessite de divulgação para o mercado. A proposta do curso é de assegurar ao acadêmico a compreensão teórica dos diversos mecanismos e ferramentas da comunicação e sua aplicação prática, bem como estimular a visão crítica sobre os processos sociais de comunicação, preparando-o para enfrentar a mutabilidade e dinâmica do mercado. Busca ainda valorizar e desenvolver a criatividade e capacidade individual do acadêmico, direcionando suas habilidades às diversas atuações que compõem a área.

Os conteúdos que formam a matriz curricular visam a habilitação de um comunicador social ciente de suas responsabilidades éticas e focado nas necessidades do mercado e anunciantes, capaz de colocar em prática todos os conceitos da comunicação, aliando interesses mercadológicos e sociais e preparado para a realidade de mercado da região, dando subsídios para a sua atuação na ampliação deste mercado bem como a colocação em mercados maiores.

O UniuV está instalado em União da Vitória, cidade sede de uma região considerada como pólo madeireiro nacional. Localizado na Região Sul do Estado, o município faz divisa com Porto União – SC e está inserido na microrregião norte



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

catarinense. Instalada à margem direita do Rio Iguaçu, a cidade conta, segundo o censo do IBGE (2021), com uma população estimada em 58.298 habitantes.

Atualmente, o município é considerado polo regional, e fazem parte da microrregião sul paranaense os municípios de Bituruna, Cruz Machado, General Carneiro, Porto Vitória, Paula Freitas, Paulo Frontin e São Mateus do Sul, que juntos com União da Vitória somam uma área de 6.843,814 Km² (IBGE, 2020) e uma população de 171.696 habitantes (IBGE, 2021).

Como o município faz divisa com o Estado de Santa Catarina por meio da sua “cidade irmã” – Porto União, localizada no Planalto Norte Catarinense, compõem, ainda, a região catarinense os municípios de Canoinhas, Irineópolis e Três Barras, que juntos somam a estimativa de 121.052 habitantes (IBGE, 2021), com forte predominância econômica ligada ao agronegócio.

Considerando os municípios citados, tanto na microrregião do Paraná como na microrregião de Santa Catarina, a área de abrangência do UniuV - União da Vitória atinge mais de 290 mil habitantes. O curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda é ofertado em 16 (dezesesseis) Instituições de Ensino, conforme quadro 1 (IBGE, 2021), entretanto, em todas elas, o curso é trabalhado de forma 100% a distância. Dessa forma, o diferencial do curso ofertado no UniuV é possuir aulas presenciais em três noites na semana.

Quadro 1 – Informações sobre os municípios da área de abrangência de União da Vitória

Município	Distância de União da Vitória	Número estimado de habitantes em 2021 ¹	Número de matrículas no Ensino Médio em 2020 ¹	Número de cursos de Publicidade e Propaganda ²
Bituruna - PR	91 Km	16.411	628	2 - EaD
Canoinhas – SC	80 Km	54.558	2.786	5 - EaD
Cruz Machado - PR	58 Km	18.772	684	0
General Carneiro - PR	46 Km	13.661	473	0
Irineópolis - SC	43 Km	11.354	428	0
Paula Freitas - PR	21 Km	5.942	167	0
Paulo Frontin - PR	45 Km	7.418	278	0



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

Porto União - SC	4 Km	35.685	1.903	2 - EaD
Porto Vitória – PR	28 Km	4.057	140	0
São Mateus do Sul - PR	85 Km	47.137	1.748	4 - EaD
Três Barras – SC	99 Km	19.455	615	0
União da Vitória - PR	-	58.298	2.542	3 - EaD
TOTAL	-	292.748	12.392	16

Fontes:

¹ Informações do IBGE (2021).

² Informações do e-MEC (2022).

Na educação, cabe destacar as 12.392 matrículas efetivas no Ensino Médio, em 2020, na região considerada no Quadro 1 (IBGE, 2021), número bastante representativo e que indica, também, um grande número de concluintes do Ensino Médio que buscam a formação superior. União da Vitória e Porto União formam um polo universitário representativo na região e, portanto, os cursos ofertados nesses municípios podem absorver a procura por uma formação no Ensino Superior. Na pirâmide etária apresentada pelo IBGE (2021), nota-se a predominância da população nas faixas de 10 a 14 anos e de 15 a 19 anos, o que reforça a necessidade de oferta de cursos superiores visando à atender a população que está atualmente cursando o Ensino Fundamental e o Ensino Médio.

Com relação à economia, cabe salientar que União da Vitória e a região de abrangência são historicamente formadas por imigrantes de diversas etnias – alemães, poloneses, ucranianos, italianos e árabes, entre outros. União da Vitória mostrou, desde sua origem, vocação econômica para a agricultura, comércio e indústria, sendo esta última a principal atividade econômica desenvolvida por décadas, principalmente a indústria madeireira, que predominou estimulada pela grande quantidade de pinheiros e imbuías, abundantes nas matas do sul paranaense.

Nesse modelo econômico e social, o município permaneceu até meados da década de 1990, quando o advento da globalização, mudanças no cenário político e econômico nacional, além do enrijecimento de leis ambientais, forçaram uma mudança nos padrões de produção das indústrias locais: a grande indústria madeireira originada na organização familiar começa a fragmentar-se em pequenas



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

unidades produtivas, mudando o foco do extrativismo e venda de madeira bruta ou beneficiada, para a fabricação de portas e janelas, dando origem ao maior polo produtor de esquadrias de madeira do país.

Existem, nos dias atuais, grandes complexos industriais do ramo da madeira, tais como laminação e compensados, serrarias, tacos, casas pré-fabricadas, móveis e papel. Dos produtos produzidos pelas indústrias extrativas da região, o destaque é para a laminação e compensado, móveis, papel e papelão, responsáveis pelas vendas externas, em grande escala, para países africanos e europeus.

Além da madeira, a erva-mate, que, no passado, atingiu importância decisiva na economia paranaense e catarinense, retoma sua importância com a intensificação do consumo nos mercados interno e externo. Essa indústria, nos dias atuais vem recuperando seu espaço graças à modernização e ampliação de suas bases, voltando a exportar seus produtos para países da América do Sul e Europa. Cabe destacar ainda a importância econômica regional da erva-mate, que incentivou produtores do município de São Mateus do Sul a desenvolver a qualidade orgânica da erva-mate, levando o município em 2017 a conquistar o primeiro selo brasileiro de Identificação Geográfica do Mate (IG Mathe), que garante a procedência orgânica na produção e o respeito ao meio ambiente.

O reflorestamento exerce importante papel econômico em União da Vitória e toda a região de influência do UniuV, principalmente no setor madeireiro, tendo em vista que as florestas nativas já foram praticamente devastadas e as grandes empresas extrativistas convenceram-se de que a solução para sanar a derrubada predatória é o reflorestamento. Na atualidade, já está sendo industrializada a madeira reflorestada.

Destaca-se, ainda, na parte econômica da região, a apicultura, que teve, com a instalação da escola Técnica de Apicultura Comendador Professor Ernesto Breyer, o grande impulso, por meio do ensino das técnicas modernas da apicultura. União da Vitória é sede da microempresa que funciona junto à mencionada escola, responsável pela industrialização dos produtos derivados do mel, da cera e da própolis,



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

produzindo produtos farmacêuticos, geleias e produtos de beleza que são comercializados em todos os grandes centros do país e também no Mercosul.

Outras indústrias existem na região, como as de artefatos de cimento, metalúrgicas, mecânicas, cerâmicas, de construção civil, curtumes, de calçados, de plásticos, de laticínios, de alimentos e de bebidas. Cabe registro dos produtos extraídos no reino mineral, como a areia, a argila e o basalto. O Município de União da Vitória é um grande exportador de areia para o Centro-Sul e Oeste Catarinense, Sudoeste Paranaense e Norte da Argentina.

As atividades agropecuárias apresentam destaque em parte da microrregião, com predominância dos produtos de subsistência, cultivados em pequenas e médias propriedades rurais. A soja, cultivada por processos modernos pelos agricultores da região, representa importante fator econômico das microrregiões do Médio Iguaçu e Planalto Norte.

O comércio de União da Vitória é bastante intenso, devido ao fato de ser o centro regional para o qual acorrem pessoas de quase toda a microrregião do Médio Iguaçu para realizar suas compras. Na área de abrangência do UniuV, destaca-se o comércio das cidades de São Mateus do Sul (PR), Canoinhas (SC) e Porto União (SC).

Além do UniuV, União da Vitória conta com outras duas Instituições de Ensino Superior, sendo uma Estadual e outra privada. O município vizinho, Porto União, também possui uma Instituição de Ensino Superior privada. A presença das Instituições intitula a região dos dois municípios como polo universitário, representando forte contribuição para a economia, principalmente relacionada ao comércio, restaurantes, entretenimento e prestação de serviços, além de impulsionar a construção civil para atender a demanda por moradias dos estudantes vindos de outras cidades.

Sendo assim, os acadêmicos formados pelo UniuV podem atuar em empresas inseridas em uma rede de indústrias, comércio e instituições prestadoras de serviços. Toda empresa moderna necessita de profissionais preparados para atuar com



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

competência na solução dos problemas, no processo de inovação, na melhoria contínua e no preparo para os desafios da competitividade mundial.

O curso de Publicidade e Propaganda presencial teve início em 2002 no UniuV e se manteve atuante durante 20 anos. No entanto, com as mudanças na oferta dos cursos universitários e com a entrada na região dos cursos EaD, o UniuV decidiu aproveitar a oportunidade e revitalizar seus cursos, incluindo o curso de Publicidade e Propaganda, lançando um curso novo no formato semipresencial.

Dentro do contexto regional abordado, destaca-se a importância do curso de Publicidade e Propaganda, a fim de suprir a demanda por profissionais que atendam às necessidades das indústrias, empresas locais e da região como um todo. No âmbito nacional, a demanda por publicitários aumentou em 2022 pois, segundo o Instituto Kantar Ibope Media¹, o investimento em publicidade superou o período de pré-pandemia e deve permanecer em crescimento. Em 2021 o setor movimentou cerca de R\$ 69 bilhões em compra de mídia e, se comparado a 2020, o crescimento foi de 29%; na comparação com o ano de 2019 (antes da pandemia), o aumento registrado foi de 16%.

Além disso, a instituição já possui os laboratórios de fotografia analógica, digital, cinema, som e televisão, que atenderam as demandas dos cursos em regime presencial de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e do curso em regime semipresencial de Tecnologia em Produção Audiovisual.

3.1 OBJETIVOS

O Capítulo I do Regimento do Centro Universitário da Cidade de União da Vitória (UniuV), no Artigo 5º, estabelece as finalidades da Instituição, para que concretize sua missão.

¹ Disponível em: <<https://kantariibopemedia.com/conteudo/estudo/inside-advertising-2022/>>. Acesso em: 30 de agosto de 2022.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

I. Formar recursos humanos nas áreas de conhecimento em que atuar, tornando os acadêmicos aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, promovendo ações para sua formação continuada;

II. Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber, por meio do ensino, de publicações e de outras formas de comunicação;

III. Estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;

IV. Incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia, da criação e difusão da cultura e ao entendimento do homem e do meio em que vive;

V. Suscitar o interesse 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;

VI. Estimular o conhecimento do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com ela uma relação de reciprocidade;

VII. Promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na Instituição;

VIII. Promover o intercâmbio com outras Instituições de Ensino Superior, científicas e culturais, nacionais e estrangeiras.

O curso deve assegurar uma ação educativa que possibilite não só a formação do aluno para o mundo do trabalho, mas para o exercício crítico da sua condição profissional, pessoal e cidadania. Os seus objetivos vão além da transmissão do conhecimento científico; devem alcançar o futuro publicitário como um ser humano na sua humanidade.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

A formação acadêmica não se limita ao aspecto profissional, mas se estende também ao pessoal. O publicitário é um ser humano, que também é o profissional de comunicação. Para o curso é relevante colocar em seus objetivos (ou finalidades) elementos relevantes ao indivíduo como pessoa, e a essa pessoa integrada na comunidade, como profissional.

O Curso de Publicidade e Propaganda do UniuV tem o compromisso de proporcionar aos acadêmicos uma formação na qual os acadêmicos desenvolverão o conhecimento técnico-científico e humanístico por meio do ensino, pesquisa e extensão, proporcionando o aprimoramento dos saberes e habilidades, desenvolvendo o olhar crítico, analítico e reflexivo no âmbito social, econômico cultural, político e ambiental. Adquirindo competências, gerais, tecnológicas e específicas, o acadêmico adquire responsabilidade, preparo e segurança para exercer as atividades do pleno exercício da profissão, com consciência ética dos valores e habilidades adquiridos no período acadêmico.

Neste contexto, o publicitário é um profissional que pode atuar: no setor de atendimento - discussão com clientes sobre as melhores formas de trabalhar a comunicação de produtos e/ou serviços; no setor de planejamento - desenvolvimento de planejamentos estratégicos de comunicação para empresas; no setor de mídia – desenvolvimento de plano estratégico e negociações com veículos de comunicação; no setor de produção gráfica - negociações de preço entre anunciantes e gráficas; no setor de rádio, TV e multimídia - desenvolvimento de produções para divulgação em vídeo, rádio e/ou internet; no setor de direção de arte - criação de layouts para materiais de divulgação; no setor de redação publicitária - criação de textos publicitários para anúncios e roteiros; no tráfego – gerenciando o processo de elaboração de campanhas dentro de agências de publicidade; como produtor de vídeo - concepção e gerenciamento de programas de TV; como editor de vídeo - edição de imagens de qualquer natureza e como arte-finalista - na finalização de materiais em gráficas.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

O curso tem como objetivo, além de formar um profissional competente, responsável e consciente de suas habilidades, abrir os horizontes do acadêmico para as várias possibilidades que a profissão disponibiliza em termos de mercado e formas de atuação.

Portanto, é imprescindível a este profissional, estar informado, possuir uma rede extensa de contato e ter um bom relacionamento interpessoal que facilite a busca e troca de informações.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

3 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

3.1 CURRÍCULO PLENO

O curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, com previsão de início em fevereiro de 2023, estará enquadrado na modalidade de Educação a Distância (EaD), contando com aulas presenciais 3 (três) noites por semana em todos os módulos, caracterizando um curso semipresencial.

O curso será composto por 16 (dezesesseis) módulos com previsão de conclusão em quatro anos, conforme exposto no quadro da matriz curricular. Todas as disciplinas da matriz curricular terão cargas horárias presenciais e em todas as acadêmicos terão contato semanal com os professores das disciplinas, visando a qualidade do aprendizado, a realização de atividades práticas, o esclarecimento de dúvidas presencialmente e as avaliações das disciplinas. Por meio de plataforma online, o acadêmico terá acesso aos materiais de apoio, constituídos por apostilas, livros, artigos, vídeos e outros, e às atividades propostas nas disciplinas, e contará com orientação dos professores das disciplinas nas atividades EaD.

Serão ofertadas 50 (cinquenta vagas) anuais no curso de Publicidade e Propaganda e os encontros presenciais ocorrerão no período noturno, na sede do Centro Universitário de União da Vitória.

A Matriz Curricular proposta está dividida em 16 módulos, sendo que cada módulo representa um bimestre, e estão compostos por disciplinas de formação contextual, profissional, específica, processual e laboratorial, totalizando 3.150 (três mil, cento e cinquenta) horas relógio.

Os principais diferenciais da matriz curricular do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda do UniuV estão relacionados à formação do profissional com um conhecimento técnico-profissional e crítico, com ênfase na produção de



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

conteúdo para diferentes mídias, atendendo uma demanda da sociedade que se apresenta cada dia mais conectada.

Atendendo à Resolução nº1/2012 do Conselho Nacional de Educação, que Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos, à Resolução nº1/2004, também do Conselho Nacional de Educação, sobre a Educação das Relações Étnico-Raciais, à Deliberação nº 04/13, do Conselho Nacional de Educação, que fixa as normas estaduais para a Educação Ambiental no Estado do Paraná, os conteúdos pertinentes serão abordados nas disciplinas de Mídia e Sociedade, História Contemporânea e Comunicação, Direitos Humanos e Cidadania. A disciplina de Libras será ofertada de forma optativa, seguindo o disposto no Decreto nº 5.626 de 2005.

A Resolução nº7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Creditação, Implementação e Validação da Extensão nos cursos de graduação do UniuV e regimenta o disposto na meta 12.7 da Lei n.º 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências, foi contemplada na Matriz Curricular com as disciplinas de Extensão nos módulos 9, 10, 11, 12, 13 e 14 com 30 e 45 horas, que totalizam 255 horas, somando com 60 horas de outras ações extensionistas para atividade extracurricular. As disciplinas de Extensão no curso de Publicidade e Propaganda foram planejadas para trabalhar com temas da formação específica, como habilidades e competências nos diversos veículos de comunicação, somando-se a algum trabalho comunitário com objetivo de proporcionar à entidade, grupo ou instituição melhorias em sua comunicação. Desse modo, o acadêmico poderá receber a formação cidadã e técnica ao mesmo tempo.

O quadro 2 apresenta a matriz curricular (currículo pleno e operacional) do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, dividida em 16 módulos, com implantação em 2023, seguindo os critérios Resolução CNE/CES nº 146, de 29 de abril de 2020, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Publicidade e Propaganda.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

Quadro 2 – Matriz curricular do curso de Publicidade e Propaganda

1º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Introdução ao Ensino Semipresencial	15h	15h	30h	2	2
Introdução à Publicidade e Propaganda	15h	15h	30h	2	2
Comunicação e Expressão	30h	30h	60h	4	4
Teoria da comunicação	30h	30h	60h	4	4
TOTAL	90h	90h	180h	12	12
2º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Fundamentos da Redação Publicitária	30h	30h	60h	4	4
Fotografia	15h	15h	30h	2	2
Introdução à Criação Gráfica	15h	15h	30h	2	2
História Contemporânea	30h	30h	60h	4	4
TOTAL	90h	90h	180h	12	12
3º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Comunicação e Ciência	15h	15h	30h	2	2
Mídia e Sociedade	15h	15h	30h	2	2
Produção Publicitária em Fotografia	30h	30h	60h	4	4
Redação e Criatividade	15h	15h	30h	2	2
História da Arte	15h	15h	30h	2	2
TOTAL	90h	90h	180h	12	12
4º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Produção Publicitária em Áudio	15h	15h	30h	2	2
Direção de Fotografia	15h	30h	60h	4	4
Redação para Meios Tradicionais	30h	15h	30h	2	2
Design Gráfico	30h	30h	60h	4	4
TOTAL	90h	90h	180h	12	12
5º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Atendimento e Gestão de Contas	15h	15h	30h	2	2
Produção Publicitária para Meios Impressos	30h	30h	60h	4	4
Tratamento de Imagens	30h	30h	30h	4	4
Redação para Meios Digitais	15h	15h	60h	2	2
TOTAL	90h	90h	180h	12	12



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

6º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Cultura Empreendedora	15h	15h	30h	2	2
Marketing	30h	30h	60h	4	4
Redação para Audiovisual	15h	15h	30h	2	2
Produção Publicitária para Meios Digitais	30h	30h	60h	4	4
TOTAL	90h	120h	210h	12	12
7º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Psicologia da Comunicação	30h	15h	15h	2	2
Marketing Digital	30h	15h	15h	2	2
Crítica de mídia	30h	15h	15h	2	2
Planejamento de Campanha I	60h	30h	30h	4	4
Comunicação Empresarial	30h	15h	15h	2	2
TOTAL	90h	90h	180h	12	12
8º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Pesquisa em Comunicação	30h	30h	60h	4	4
Mídia	15h	15h	30h	2	2
Planejamento de Campanha II	30h	30h	60h	4	4
Gestão de Marcas	15h	15h	30h	2	2
TOTAL	180h	90h	90h	12	12
9º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Extensão I	15h	30h	45h	2	4
Planejamento e Gestão de Mídia	30h	30h	60h	4	4
Produção Científica I	30h	30h	60h	4	4
Desenho	15h	15h	30h	2	2
TOTAL	90h	90h	195h	12	14
10º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Extensão II	15h	30h	45h	2	4
Produção Publicitária em Audiovisual I	15h	15h	30h	2	2
Produção Científica II	30h	30h	60h	4	4
Comportamento do Consumidor	15h	15h	30h	2	2
Pesquisa e Opinião de Mercado	15h	15h	30h	2	2
TOTAL	90h	105h	195h	12	14
11º MÓDULO					
Disciplinas	C. H.	C.H.	C.H.	Aulas	Aulas



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

	presencial	EAD	total	presenciais/ semana	EAD/ semana
Extensão III	15h	30h	45h	2	4
Produção Publicitária em Audiovisual II	30h	30h	60h	4	4
Estágio Supervisionado I	30h	60h	90h	4	8
Realidade Regional	15h	15h	30h	2	2
TOTAL	90h	135h	225h	12	18
12º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Extensão IV	15h	30h	45h	2	4
Estágio Supervisionado II	30h	60h	90h	4	8
Produção Publicitária em Audiovisual III	15h	15h	30h	2	2
Estratégias Digitais e Produção de Conteúdo	30h	30h	60h	4	4
TOTAL	90h	105	195h	12	14
13º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Extensão V	15h	15h	30h	2	4
Ética e filosofia	30h	30h	60h	4	4
Projeto experimental I	30h	30h	60h	4	4
Tópicos Especiais em Comunicação	15h	15h	30h	2	2
TOTAL	90h	105h	195h	12	14
14º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
Extensão VI	15h	30h	45h	2	4
Legislação Publicitária	15h	15h	30h	2	2
Projeto experimental II	30h	30h	60h	4	4
Comunicação, Direitos Humanos e Cidadania ^{1 2 3}	30h	30h	60h	4	4
TOTAL	90h	105h	195h	12	14
15º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana
TCC I - Levantamento Dados e Pesquisa	90h	90h	180h	12	12
TOTAL	90h	90h	180h	12	12
16º MÓDULO					
Disciplinas	C. H. presencial	C.H. EAD	C.H. total	Aulas presenciais/ semana	Aulas EAD/ semana



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

				semana	semana
TCC II - Planejamento de Campanha	90h	90h	180h	12	12
TOTAL	90h	90h	180h	12	12

Legenda:

C.H. = Carga horária

EAD = Educação à distância

¹ Direitos humanos (Deliberação CEE/PR nº 02/2015)

² Educação Ambiental (Deliberação CEE/PR nº 04/2013)

³ Relações étnico-raciais (Deliberação CEE-PR nº 04/2006)

RESUMO	
Conteúdos curriculares	2.220h
Outros conteúdos curriculares - Extensão	270h
Outros conteúdos curriculares - Estágio Supervisionado	180h
Outros conteúdos curriculares - TCC	360h
Atividades complementares	60h
Outras ações extensionistas	60h
TOTAL	3.150h
*Disciplina Optativa – Libras	30h

*Não contabilizada na C.H. obrigatória do curso, não obrigatória, ofertada anualmente no 3º módulo de cada ano

3.2 ORGANIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS

As disciplinas do curso ocorrerão com as seguintes cargas horárias: 30, 45, 60, 75 e 180 horas, conforme a organização apresentada no Quadro 2. As disciplinas com 30, 45 e 60 horas terão 6 unidades acadêmicas, as disciplinas com 75 horas terão 10 unidades acadêmicas. A exceção se aplica às disciplinas de Trabalho de Conclusão de Curso I - Prática Editorial e Trabalho de Conclusão de Curso II - Produção Editorial, que terão 2 unidades acadêmicas.

Quadro 3 – Exemplo de organização de disciplina com 45 horas

DISCIPLINA DE INTRODUÇÃO AO ENSINO SEMIPRESENCIAL			
C.H.: 45 horas – 6 UA (unidades acadêmicas)			
2 aulas presenciais/ semana			
Semana	UA	Atividades	NOTA
01	01	- Apresentação da disciplina e do plano de ensino - Atividades presenciais	5%



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

		- Atividades e exercícios online	
02	02	- Atividades online - Abertura do fórum - Exercícios/ práticas presenciais	5%
03	03	- Atividades presenciais - Atividades e exercícios online	10%
04	-	- Encerramento do fórum - AVALIAÇÃO PRESENCIAL	30%
05	04	- Atividades presenciais - Atividades e exercícios online - Abertura do fórum	5%
06	05	- Atividades online - Exercícios/ práticas presenciais	5%
07	06	- Atividades presenciais - Exercícios online	10%
08	-	- Encerramento do fórum - AVALIAÇÃO PRESENCIAL	30%
01 a 08	-	Acesso e realização de atividades das Unidades Acadêmicas na plataforma online	-
EXAMES			

Quadro 4 – Exemplo de organização de disciplina com 60 horas

DISCIPLINA DE MARKETING C.H.: 60 horas – 6 UA (unidades acadêmicas) 2 aulas presenciais/ semana			
Semana	UA	Atividades	NOTA
01	01	- Apresentação da disciplina e do plano de ensino - Atividades presenciais - Atividades e exercícios online	5%
02	02	- Atividades online - Abertura do fórum - Exercícios/ práticas presenciais	5%
03	03	- Atividades presenciais - Atividades e exercícios online	10%
04	-	- Encerramento do fórum - AVALIAÇÃO PRESENCIAL	30%
05	04	- Atividades presenciais - Atividades e exercícios online - Abertura do fórum	5%
06	05	- Atividades online - Exercícios/ práticas presenciais	5%
07	06	- Atividades presenciais - Exercícios online	10%
08	-	- Encerramento do fórum - AVALIAÇÃO PRESENCIAL	30%
01 a 08	-	Acesso e realização de atividades das Unidades Acadêmicas na plataforma online	-
EXAMES			



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

Quadro 5 - Exemplo de organização de disciplina com 180 horas

DISCIPLINA DE TCC - C.H.: 180 horas – 2 UA (unidades acadêmicas) 12 aulas presenciais/ semana			
Semana	UA	Atividades	NOTA
01	01	- Apresentação da disciplina e do plano de ensino - Atividades presenciais - Atividades e exercícios online	5%
02	02 e 03	- Atividades online - Abertura do fórum - Exercícios/ práticas presenciais	5%
03	04 e 05	- Atividades presenciais - Atividades e exercícios online	10%
04	-	- Encerramento do fórum - AVALIAÇÃO PRESENCIAL	30%
05	06 e 07	- Atividades presenciais - Atividades e exercícios online - Abertura do fórum	5%
06	08 e 09	- Atividades online - Exercícios/ práticas presenciais	5%
07	10	- Atividades presenciais - Exercícios online	10%
08	-	- Encerramento do fórum - AVALIAÇÃO PRESENCIAL	30%
01 a 08	-	Acesso e realização de atividades das Unidades Acadêmicas na plataforma online	-
EXAMES			



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

4 INDICAÇÃO DO RESPONSÁVEL PELA IMPLANTAÇÃO E COORDENAÇÃO DO CURSO

Nome: Julliana Biscaia

Vínculo jurídico: Estatutário

Regime de trabalho: DE (Dedicação Exclusiva)

Titulação acadêmica: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (Tuiuti - 2002), Especialista em Metodologia da Ação Docente (UNIUV - 2007) e Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM - 2016).



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

5 COMPROVAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA INFRAESTRUTURA A SER UTILIZADA

O UNIUV conta com estrutura adequada na sede para a oferta do curso superior de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, em virtude da existência dos cursos superiores presenciais Publicidade e Propaganda e em Jornalismo, e do curso de Tecnologia em Produção Audiovisual na modalidade semipresencial. No edifício já estão instaladas salas e laboratórios compatíveis com o atendimento das necessidades do curso a ser implantado. O **ANEXO I** apresenta a descrição da estrutura do prédio sede, onde ocorrerão as aulas do curso e onde estão localizados os laboratórios pertinentes. Conforme a Matriz Curricular do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, faz-se necessária a utilização de laboratórios específicos já existentes no edifício sede, como Estúdios de Rádio e Televisão, Laboratórios de informática e fotografia analógica. Tais laboratórios poderão atender plenamente às demandas do curso, dado que apresentam equipamentos e espaço físico suficientes, como pode ser constatado no Relatório Institucional anexo a esta proposta.

Além disso, o UNIUV dispõe de Laboratórios de Informática equipados com computadores conectados à Internet, atendendo, assim, às necessidades discentes e docentes para elaboração de pesquisas, relatórios e estudos orientados em grupo.

Estão disponíveis os seguintes Laboratórios de Informática: Laboratório Pesquisa 1 (25 computadores com configurações Core 2 Duo, Pentium Dual Core e Celeron); Laboratório 1 (18 CPUs Core i5); Laboratório 2 (28 CPUs Core i5); Laboratório 3 (20 CPUs Core i5); Laboratório 4 (16 CPUs Core 2 Duo); Laboratório 6 (26 CPUs Core 2 Duo); Laboratório 7 (16 CPUs Core i5); Laboratório Lexcia (13 CPUs Core i5); Laboratório Macintosh Apple (15 equipamentos desktop).

Os alunos do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda terão direito ao cadastro de um usuário e senha, que deve ser feito por meio do site ou no balcão do Centro de Processamento de Dados (CPD) do UNIUV, sendo este utilizado para



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

acesso ao e-mail da instituição, acesso à internet em laboratórios e sem fio. A Internet sem fio (Wi-Fi) está disponível na área de pesquisa, biblioteca, laboratórios, saguões, cantina, salas de aula e área externa, sendo necessária a utilização de usuário e senha para acesso. As regras de segurança e liberação de conteúdo pela internet são deliberadas por uma comissão de professores e coordenador do CPD, implicando na restrição de acesso a websites com conteúdo ofensivo, assim como download de arquivos extensos ou pesados.

A partir do exposto, depreende-se que todos estes laboratórios poderão ser utilizados, com frequência sistemática, pelos docentes e discentes do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda para aulas práticas, para pesquisas ou trabalhos em dupla ou individual, estudos de casos, elaboração de relatórios, atividades complementares, dentre outras, sendo uma alternativa de efetivo trabalho acadêmico.

Em relação à bibliografia disponível, a biblioteca do UNIUV já conta com acervo adequado que poderá ser utilizado pelos acadêmicos do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda. Esse acervo disponível, conforme relatório de bibliografias disponível no **ANEXO II**, poderá ser complementado a partir do levantamento futuro das demandas de atualização bibliográfica, considerando o andamento do curso e o número de acadêmicos ingressantes.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

REFERÊNCIAS

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>. Acesso em: mar. 2019.

MEC - MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Portal e-MEC: Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados**. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: agosto. 2022.

IBOPE, Kantar. **Inside Advertising 2022**. Disponível em <<https://kantariopemedia.com/conteudo/estudo/inside-advertising-2022/>> Acesso em: 30 de agosto de 2022.



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

ANEXOS

ANEXO I – Descrição da estrutura do prédio sede da UniuV

ANEXO II – Relação da bibliografia específica disponível na Biblioteca da UniuV



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

ANEXO I

DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DO PRÉDIO SEDE DA UNIUV



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

União da Vitória, 01 de novembro de 2018.

Relatório de Infraestrutura Institucional

O Centro Universitário da Cidade de União da Vitória é composto por seis imóveis que juntos somam 20.871,54 metros quadrados divididos da seguinte forma:

Edifício Sede – 11.629,24 m²
--

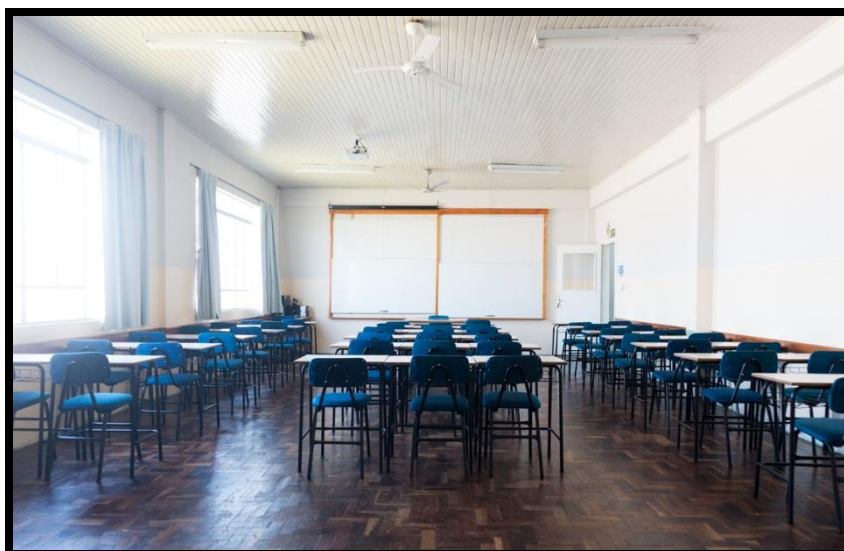
Divido em 4 blocos e estes subdivididos em um subsolo onde funciona a tesouraria e secretaria e copa, três pavimentos onde estão localizados salas de aula, laboratórios, sala de reuniões, sala de professores, sala de pró-reitorias, sala de coordenadores, direção acadêmica, biblioteca, sala de estudos, conselho editorial, sala de pós graduação, sala de eventos, reitoria, departamentos jurídico, de recursos humanos, de planejamento, de compras, de licitações, de contabilidade, arquivo geral permanente e almoxarifado, cantina no centro do imóvel e acessos cobertos interligando todos os blocos.



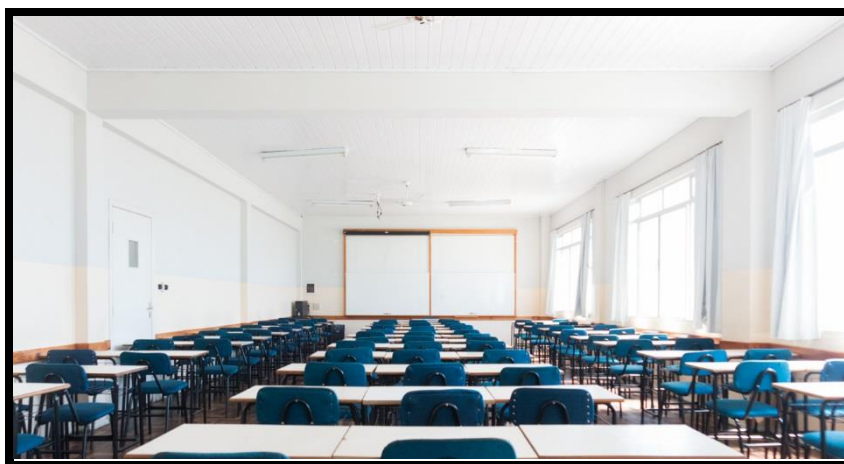


Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

Segue adiante imagens de algumas instalações da UNIUV com a respectiva dimensão:



47 salas de aula com 45 lugares – 68 m²



06 salas de aula com 90 lugares – 108 m²



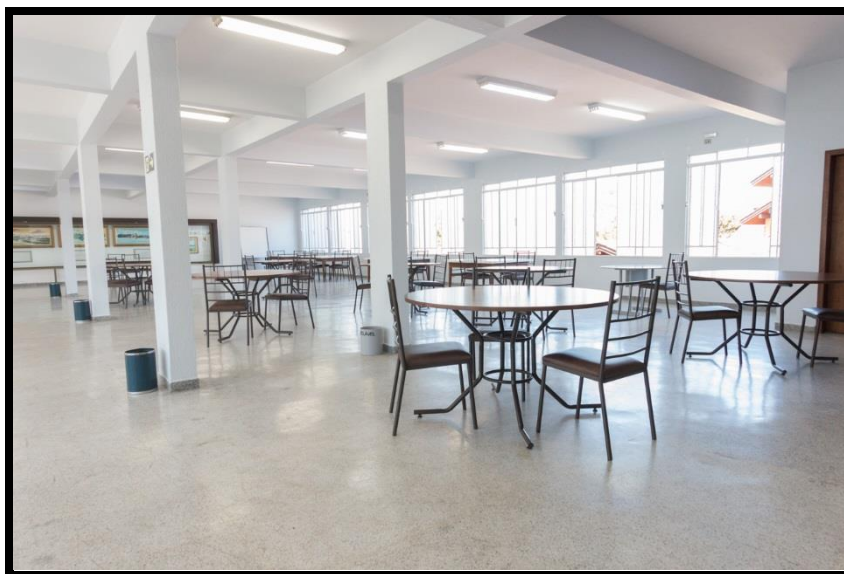
Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



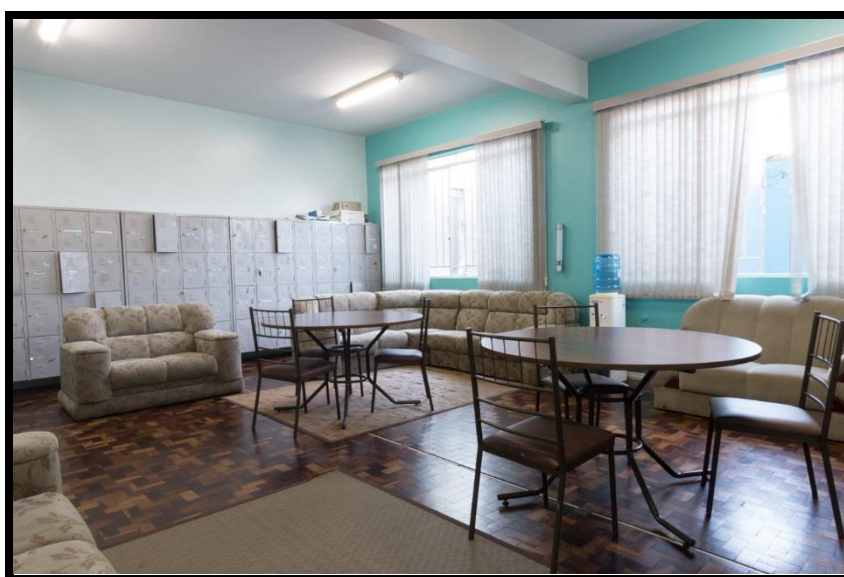
Sala de acervo bibliográfico – 490 m²



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



Sala de estudos – 441 m²



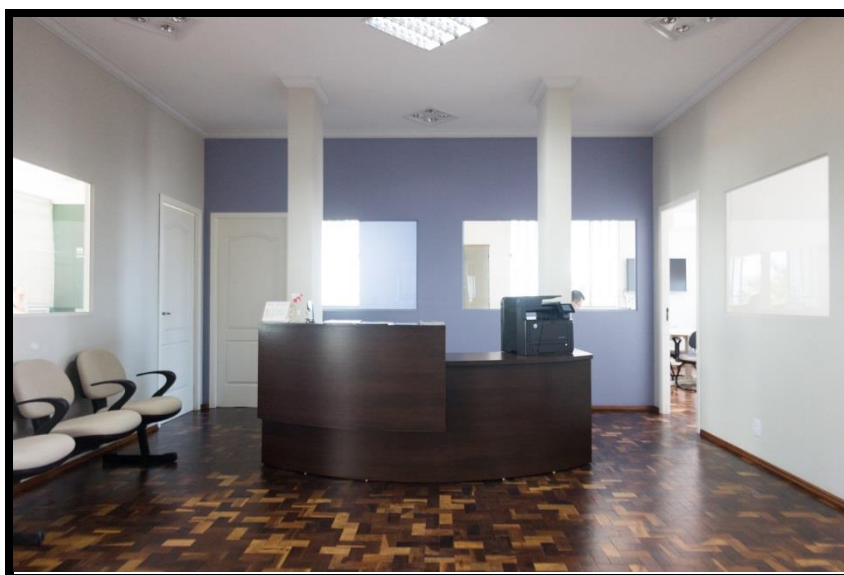
Sala dos professores – 52 m²



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



Sala de reuniões – 52 m²



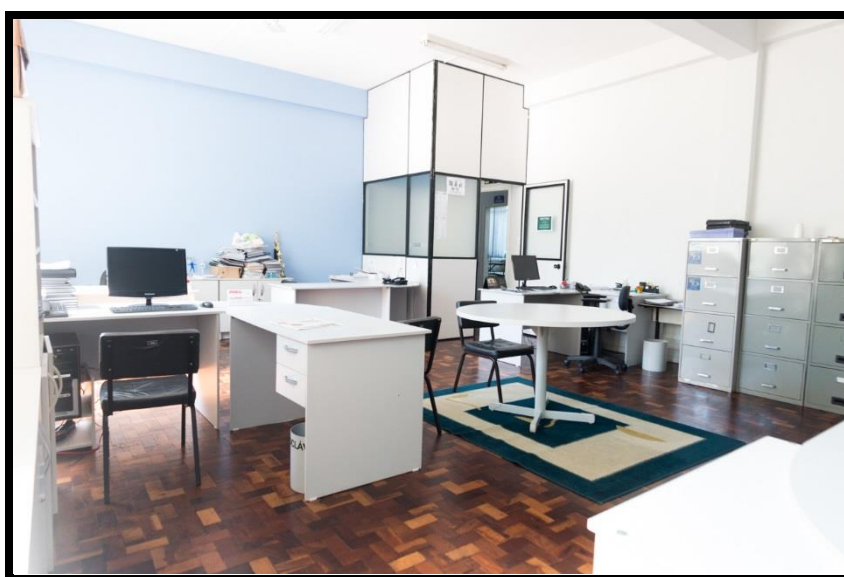
Recepção Reitoria e setores administrativos – 200m²



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



Secretaria e tesouraria – 253 m²



Sala de coordenadores de curso – 53 m²



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



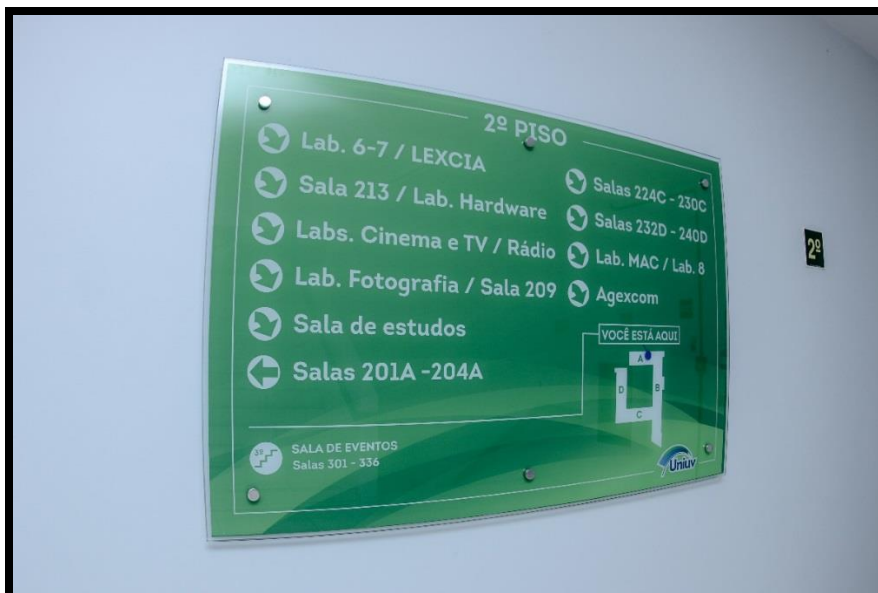
Sala de eventos – 181 m²



Almoxarifado central – 46 m²



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



Sinalização indicadora e de localização



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



Laboratório de informática MAC



Arquiteta – Escritório modelo de arquitetura e urbanismo



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

Centro Tecnológico e Clínicas Odontológicas – 3.325,73 m²

O Centro de Tecnologia e Saúde da UNIUV funciona em um imóvel de dois pavimentos acessível com rampas, todo climatizado, possui estacionamento e abriga os laboratórios dos cursos de graduação de engenharia civil, de produção, ambiental, da madeira e de arquitetura e urbanismo e abriga ainda os laboratórios, o biobanco de dentes, setor de raio-X e as clínicas odontológicas do curso de graduação em odontologia.

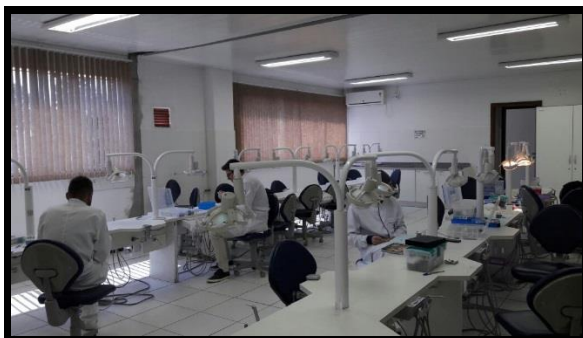
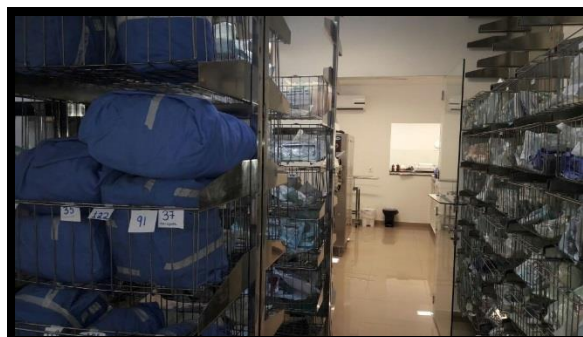
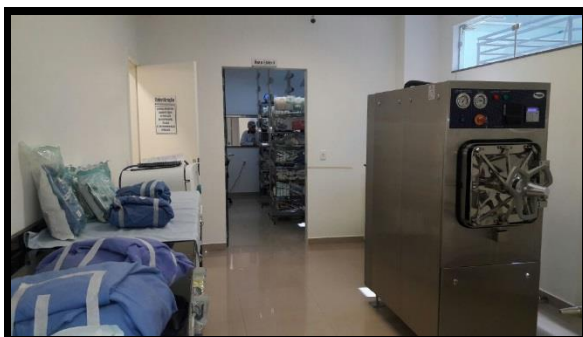
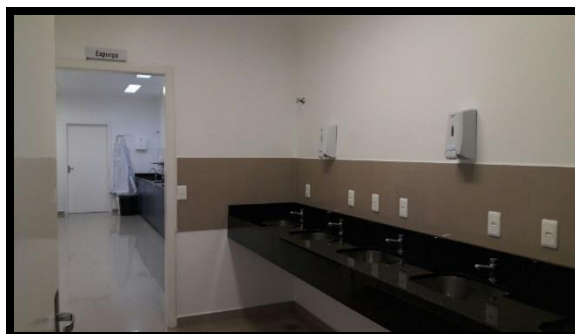
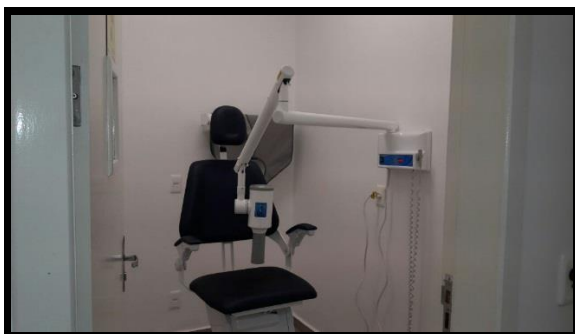


Clinicas e Laboratórios Odontológicos





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



Laboratórios de Engenharia e Arquitetura e Urbanismo





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento



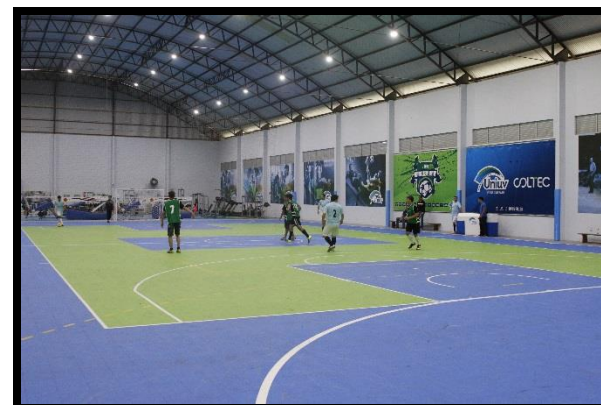
Complexo Esportivo – 2.566,93 m²

O Complexo Esportivo da UNIUV possui uma quadra poliesportiva de piso sintético modular com dimensões oficiais, além de possuir quadra de vôlei e badminton, academia de ginástica olímpica e academia de musculação. Tem capacidade de público de 1.080 lugares, conta com dois vestiários e mais dois banheiros, sala de materiais, sala de administração e cantina.





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

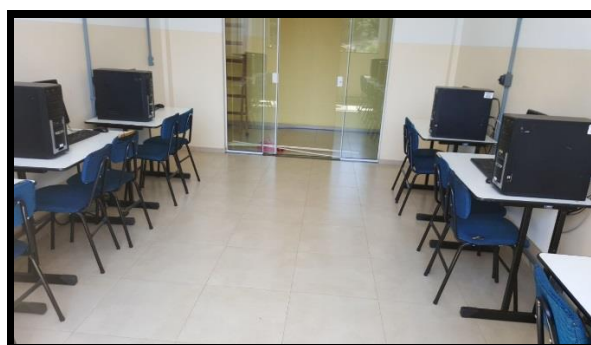
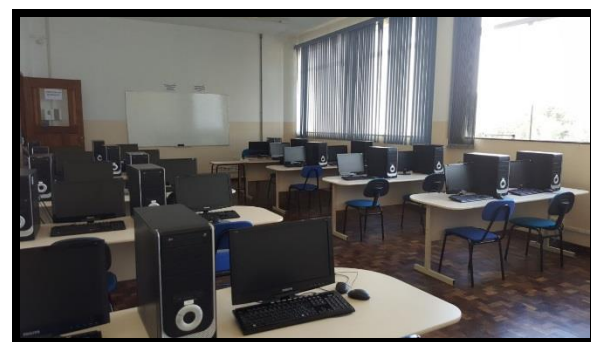
Núcleo de São Mateus do Sul – 1.362,94 m²

O Núcleo de São Mateus do Sul da UNIUV, está sediado naquela cidade, em imóvel próprio e sua estrutura contempla 8 salas de aula, sala de estudos, laboratório de informática para acesso à internet, sala de eventos, laboratório de informática, biblioteca, sala de professores, secretaria e almoxarifado.





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

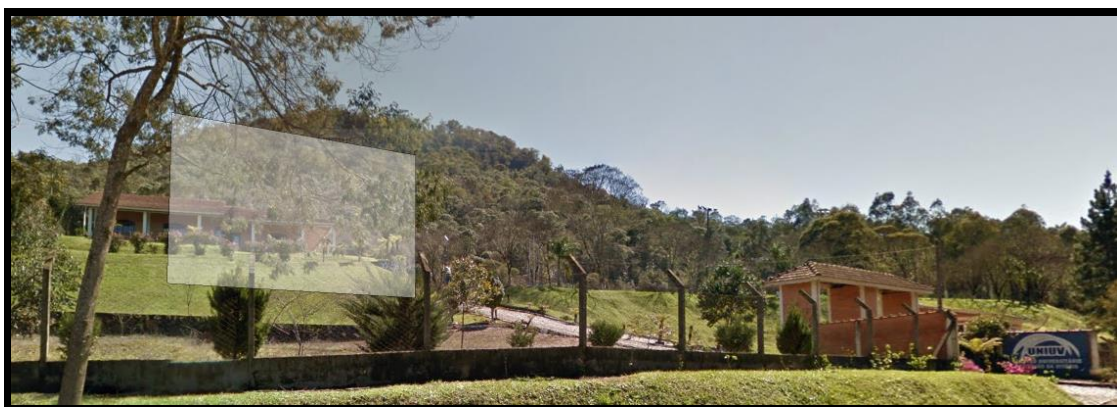




Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

Associação Cultural e Recreativa UNIUV – 313 m²

Imóvel localizado na área rural, serve para eventos e reuniões da instituição e ainda para práticas de campo para os cursos de graduação que achem necessário.



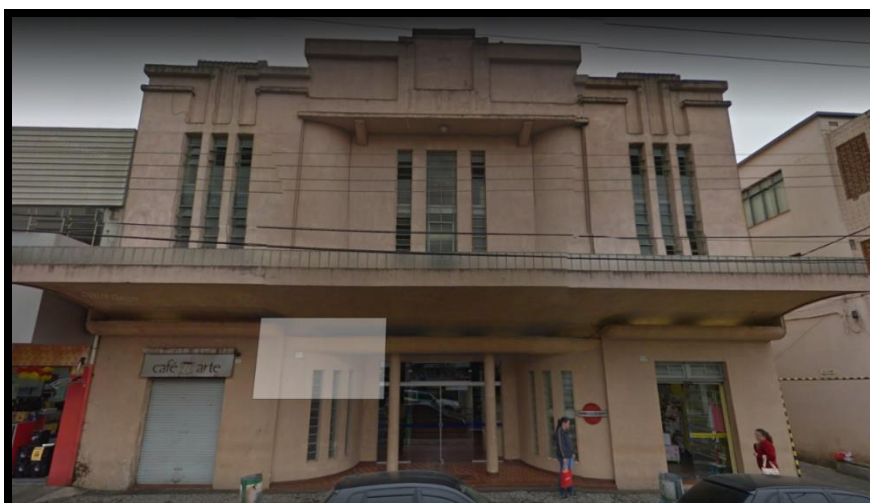


Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

Cine Teatro Luz - 1.950,70 m²

O Cine Teatro Luz é um imóvel histórico e cultural do município de União da Vitória, tombado pelo patrimônio histórico do Paraná e que por força de lei que concedeu a cessão de uso do referido imóvel à UNIUV por um período de 20 anos, conta com anfiteatro com capacidade de 900 lugares, salas de aula de música e dança e salas administrativas.

Imóvel climatizado e acessível com elevador para pessoas com dificuldade de locomoção.





Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória
Assessoria de Planejamento

César Fernando Viganó
Assessor de Planejamento - UNIUV



Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória
Centro Universitário de União da Vitória

ANEXO II

**RELAÇÃO DA BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA DISPONÍVEL NA BIBLIOTECA
DA UNIUV**

Publicidade e Propaganda

BENN, Alec. **Os 27 erros mais freqüentes na publicidade**. 4.ed. São Paulo: Maltese, 1995. (1 ex.)

LEWIS, Gordon Herschell; NELSON, Carol. **Advertising Age - Manual de publicidade: como criar uma campanha publicitária modernatária moderna**. São Paulo: Nobel, 2001. (6 ex.)

FITZGERALD, Jeremy. **Advertising and promotion**. São Paulo: SBS, 2001. (5 ex.)

BARRETO, Roberto Menna. **Agência de propaganda e as engrenagens da história**. São Paulo: Summus, 2006. (1 ex.)

STEEL, Jon. **A arte do planejamento: verdades, mentiras e propaganda**. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006. (3 ex.)

IASBECK, Luis Carlos Assis. **A arte dos slogans: as técnicas de construção das frases de efeito do texto publicitário**. São Paulo-SP: Annablume, 2008. (1 ex.)

MCQUAIL, Denis. **Atuação na mídia: comunicação de massa e interesse público**. Porto Alegre: Penso, 2012. (1 ex.)

MURTA, Gino. **O briefing da ética: para uma propaganda responsável**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. (2 ex.)

MYSZKA, Gerson. **Campanha APAE/UVA**. União da Vitória - PR: Gerson Myszka, 2005. (1 ex.)

VOGT. RAFAEL BENVENUTTI. **Campanha de Varejo para Coopregril- Cooperativa**. União da Vitória, PR: FACE/UVA, 2005. (1 ex.)

DEITOS, Aldemiro Velsi; SKODOSKI, Éderson da Silva; PINTO, Flávia Aparecida et al. **Campanha de varejo para revecar - revendedora de veículos São Mateus do Sul**. União da Vitória,PR: UNIUV/UVA, 2006. (3 ex.)

GRABOWSKI, Silviele Aparecida; TREVISAN, Thiago; BRIXNER, Willian Wirgilio. **Campanha publicitária de lançamento da empresa Abimata Madeiras**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 TCC).

[VÁRIOS AUTORES]. **Campanha Publicitária Mary Kay**. União da Vitória - PR: UNIUV, 2016. (1 ex.)

ROTTA, Ana Paula; DO PRADO, Gessiana. **Campanha Publicitária para Gohl Graf - Gráfica e Impressão Digital**. UNIÃO DA VITÓRIA/PR: UNIUV/UVA, 2009. (1 ex.)

GRABOWSKI, Silviele Aparecida; TREVISAN, Thiago; BRIXNER, Willian Wirgilio. **Campanha publicitária Puma AG Calçados Casuais**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 ex.)

ALMEIDA, Alfredo Henrique. **Campanha volta as aulas**. União da Vitória - PR: FACE/ UVA, 2005. (1 ex.)

MEIO & MENSAGEM. **Campanhas inesquecíveis: propaganda que fez história no Brasil**. Meio & Mensagem, 2007. (1 ex.)

CARRASCOZA, João Anzanello. **Do caos à criação publicitária**: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008. (1 ex.)

VIANA, Francisco. **De cara com a mídia**: comunicação corporativa relacionamento e cidadania. São Paulo: Negócio, 2001. (1 ex.)

MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1987. (2 ex.)

LAWRENCE, Paul R. et al. **Coleção Harvard de administração**: como lidar com a resistência às mudanças. O crescente descontentamento dos empregados. Propaganda de massa: a mensagem não a medida. A moralidade(?) da publicidade. São Paulo: Nova Cultural, 1986. (2 ex.)

COMO combinar e escolher cores para o design gráfico. Barcelona: Gustavo Gili, 2006. (1 ex.)

MAJOCCHI, Rita; ATTANASIO, Franco. **Como fazer publicidade**. Lisboa, PT: Pórtico, 1972. (1 ex.)

CAPLES, John. **Como fazer sua propaganda fazer dinheiro**. São Paulo: Makron Books, 1994. (3 ex.)

PIMENTAL, Daniel. **Como ingressar no mercado publicitário**: para estudantes e interessados em trabalhar em agências de propaganda. Rio de Janeiro: Difusão e Senac Rio, 2011. (1 ex.)

PÚBLIO, Marcelo Abílio. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2013 (9 ex.)

INHO, J. B. **Comunicação em marketing**: princípios da comunicação mercadológica. 7.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2004. (1 ex.)

SIMÕES, Roberto. **Comunicação publicitária**. São Paulo, SP: Atlas, 1972. (1 ex.)

OGILVY, David. **Confissões de um publicitário**. Rio de Janeiro: DIFEL, 1976. (1 ex.)

GIACOMINI FILHO, Gino. **Consumidor versus propaganda**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1991. (3 ex.)

NEGRI, Marina. **Contribuições da língua portuguesa para a redação publicitária**. São Paulo: Cengage Learning, 2011. (1 ex.)

BARRETO, Roberto Menna. **O copy criativo**: 177 magníficos textos de propaganda - para ver se você finalmente aprende a redigir um. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004. (1 ex.)

RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade**: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 1997. (1 ex.)

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. 1.reimpr. São Paulo, SP: Futura, 2004. (1 ex.; + 1 ex. 2006)

DOMINGOS, Carlos. **Criação sem pistolão**: segredos para você se tornar um criativo de sucesso. 2.ed. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2003. (1 ex.)

PREDEBON, José. **Criatividade**: abrindo o lado inovador da mente; Um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser crianças. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998. (1 ex.)

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em propaganda**. São Paulo, SP: Summus, 1978. (1 ex.; + 2 ex. 2004)

SANTOS, Rafael José dos. **Das fronteiras do império**: a publicidade norte-americana no Brasil dos anos 1920. Caxias do Sul-RS: Educs, 2010. (2 ex.)

CIGLIONI JÚNIOR, Waldemar. **Dei branco!**: criatividade e redação publicitária. São Paulo: Alínea, 2009. (2 ex.)

PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis; PONTES, Felipe. **Design thinking Brasil**: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. (1 ex.)

ABREU, Alzira Alves de; PAULA, Christiane Jalles de (Coord.). **Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV: ABP, 2007. (1 ex.)

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 4.reimpr. São Paulo: Futura, 2003. (1 ex.)

CARVALHO, Fabricio Maciel. **Eficácia do meio digital como ferramenta de interação para região de União da Vitória e Porto União**. União da Vitória, PR: UNIUV, 2007. (1 TCC)

LAW, Andy. **Empresa criativa**: como a St. Luke's pode transformar o seu trabalho. São Paulo: Negócio, [2001]. (1 ex.)

BARBAN, Arnold M.; CRISTOL, Steven M.; KOPEC, Frank J. **A essência do planejamento de mídia**: um ponto de vista mercadológico. São Paulo: Nobel, 2001. (2 ex.)

NTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. (1 ex.)

LOPES, A. Paraguassú. **Ética na propaganda**. São Paulo: Atlas, 2003. (1 ex.)

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. 4.ed./3.reimpr. São Paulo: Futura, 2003. (1 ex.; + 2 ex. 2004 e + 1 ex. 2007)

HAHN, Fred E. **Faça Você Mesmo Propaganda**: Como Produzir Grandes Anúncios, Brochuras, Catálogos, Mala Direta e Muito Mais. Rio de Janeiro/RJ: Infobook, 1993. (1 ex. + 1 ex. 1997)

RIBEIRO, Júlio. **Fazer acontecer**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1994. (1 ex.)

GAGE, Leighton David; MEYER, Claudio. **O filme publicitário**. São Paulo: SSC&B - Lintas Brasil, 1985. (1 ex.)

LEÃO, Taís Lobato. **Formei-me em publicidade. E agora?**: dicas para o seu primeiro emprego em propaganda e outras áreas. São Paulo: Nobel, 2001. (5 ex.)

FRONTEIRAS da publicidade. Porto Alegre: Sulina, 2006. (1 ex.)

BURTENSHAW, Ken; MAHON, Nik; BARFOOT, Caroline. **Fundamentos de publicidade criativa**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010. (1 ex.)

CAPPO, Joe. **O futuro da propaganda**. 2.ed. São Paulo: Cultrix, 2006. (1 ex.)

ZELTNER, Herbert. **Gerenciamento de mídia**: ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia. São Paulo: Nobel, 2006. (1 ex.)

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (orgs.). **Hiperpublicidade**: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Learning, 2007. (1 ex.)

OBERLAENDER, Ricardo. **História da propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro: Shogun Arte, 1984. (1 ex.)

SOUZA, Ney Alves de. **História e histórias**: da propaganda no Paraná. 20.ed. Curitiba, PR: SINAPRO, 2001. (1 ex.)

SOUZA, Ney Alves de. **História e histórias da propaganda no Paraná**. 20.ed. Curitiba, PR: SINAPRO, 2002. (1 ex.)

COBRA, Marcos. **O impacto da propaganda**: um estudo para algumas classes de bens. São Paulo: Atlas, 1991. (3 ex.)

SHUMACHER, Cristina; CECONELLO, Douglas Portal; DA COSTA, Francisco Araújo. **Inglês para comunicação social**: um guia prático com vocabulário, expressões e exercícios para assessoria de comunicação, publicidade, jornalismo, propaganda, relações públicas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. (2 ex.)

NGLES inesquecíveis III. Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2003. (Acompanhado da Revista ESPM, jan/fev/2003). (1 ex.)

LANCHONETE A Firma. União da Vitória - PR: UNIUV, 2016. (1 ex.)

SUAIDEN, Samir. **As ligações perigosas na publicidade e propaganda**: um estudo de caso. São Paulo: Saraiva, 1980. (1 ex.)

SANDMANN, Antônio José. **A linguagem da propaganda**. 3.ed. São Paulo, SP: Contexto, 1999. (2 ex.)

SANDMANN, Antônio José. **A linguagem da propaganda**. 8.ed. São Paulo, SP: Contexto, 2005. (1 ex.)

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000. (4 ex.)

RODRIGUES, Cristiano Borges. **Livro de mão da redação publicitária**. São Paulo: Baraúna, 2011. (1 ex.)

PINTO, Jéssica da Silva Dolisni; VIEIRA, Joseane Machado. **Loja mamãe & bebê**. União da Vitória, PR: UNIUV/UVA, 2009. (1 TCC)

ESSIAS, Daniel. **Luzes...Câmera...Animação**. Escola Superior de Propaganda e Marketing. (1 ex.)

WILLIAMS, Roy H. **O Mago da Publicidade**. São Paulo- SP: ABDR, 1999. (1 ex.)

PERISCINOTO, Alex; TELLES, Izabel. **Mais vale o que se aprende que o que te ensinam**. 3.ed. São Paulo: Best Seller, 1995. (1 ex.)

WAITEMAN, Flávio. **Manual prático de criação publicitária**: o dia-a-dia da criação em uma agência. São Paulo: Nobel, 2005. (1 ex.)

KOTLER, Philip. **Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2013. (16 ex.)

OS melhores comerciais brasileiros - 1991. Escola Superior de Propaganda e Marketing, 1991. (1 DVD)

OS MELHORES comerciais brasileiros-: 1997. Escola Superior de Propaganda e Marketing, 1997. (1 DVD)

DURANDIN, Guy. **As mentiras na propaganda e na publicidade**. São Paulo, SP: JSN, 1997. (1 DVD)

SENNA, Pedro Victor de. **Meu caro anúncio**: a publicidade descomplicada. São Paulo: Saraiva, 2003. (2 ex.)

CHWARTZ, Tony. **Mídia**: o segundo Deus. 2.ed. São Paulo - SP: Summus, 1985. (4 ex.)

TAHARA, Mizuho. **Mídia**. 8.ed./rev./atual. São Paulo,SP: Global, 2004. (2 ex.)

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z**: os termos de mídia, seus conceitos, critérios e fórmulas, explicados e mostrados graficamente como são utilizados na mídia. São Paulo,SP: Flight, 2002. (4 ex.)

OLIVEIRA, Newton Cezar. **Mídia impressa**. Rio de Janeiro: 2AB, 2008. (2 ex.)

COTRIM, Sérgio P. de Queiroz. **Pesquisa de propaganda**. 2.ed. São Paulo: Global, 1996. (1 ex.)

PIZZINATTO, Nádia Kassouf. **Planejamento de marketing e de mídia**. 2.ed. Piracicaba,SP: UNIMEP, 1996. (1 ex.)

WALTER, Filipe Cristiano; KOVALCZUK, Vanessa Suellen. **Planejamento de campanha Farmácia Galênica**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 TCC.)

WALTER, Filipe Cristiano; KOVALCZUK, Vanessa Suellen. **Planejamento de campanha perfume Rose the one**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 TCC.)

MARCUS-STEIFF, Joachim; THERME, Jean-Pierre, et al. **Os mitos da publicidade**. Petrópolis,RJ: Vozes, 1974. (1 ex.)

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. **Narcisismo e publicidade**: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2007. (1 ex.)

PACKARD, Vance. **Nova técnica de convencer**. São Paulo: IBRASA, 1972. (1 ex.)

COTRIM, Sérgio P. de Queiroz. **Pesquisa de propaganda**. 2.ed. São Paulo: Global, 1996. (1 ex.)

PIZZINATTO, Nádia Kassouf. **Planejamento de marketing e de mídia**. 2.ed. Piracicaba,SP: UNIMEP, 1996. (1 ex.)

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. 9.ed.rev.ampl. São Paulo,SP: Global, 2004. (1 ex.)

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. 10.ed. São Paulo: Global, 2008. (3 ex.)

PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo,SP: Summus, 1996. (4 ex.)

SANTOS, Edson. **O poder do convencimento / Falando de vida: poesia de amor**. 3.ed. [s.l.]: Editograf, [s.d.]. (1 ex.)

SANTOS, Gilmar. **Princípios da publicidade**. Belo Horizonte: UFMG, 2005. (1 ex.)

GOODRICH, William B.; SISSORS, Jack Z. **Praticando o planejamento de mídia: 36 exercícios**. São Paulo: Nobel, 2001. (7 ex.)

GOODRICH, William B.; SISSORS, Jack Z. **Praticando o planejamento de mídia: 36 exercícios**. São Paulo: Nobel, 2004. (1 ex.)

OLIVEIRA, Mauren Tosin de. **O profissional de atendimento de uma agência de comunicação**: Entre o cliente e a criação. Curitiba/PR, 2005. (1 ex.)

HAUSEN, Gustavo Pacheco; MÜCK, Vânia Emanuelle; LIMA, Wagner Borges. **Projeto de campanha publicitária para Ótica Iguaçu**. União da Vitória,PR: UNIUV/UVA, 2007. (1 TCC.)

LIMA, Ana Luiza de Almeida; BRUNHAGO, Juliano Roberto; SANT'ANA, Marcos Daniel. **Projeto em Publicidade e Propaganda**: campanha publicitária para a escola algodão doce. União da Vitória,PR: UNIUV, 2006. (1 TCC.)

LIBARDI, Bianca. Et al; TAVARES, Eduardo Ferreira; TRACZ, Ivan César; VOLF, Jader Jr. (Co-autor). **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Camapnha publicitária para a Dal Bó Choperia. União da Vitória: UNIUV, 2014. (1 TCC>)

[VÁRIOS AUTORES]. **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitária para a Linha Descafeinado da Melitta Brasil. União da Vitória - PR: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

VÁRIOS AUTORES. **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitaria para o Futebol Clube do Porto. União da Vitória: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

VÁRIOS AUTORES. **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitaria para a Marca Rider. União da Vitória: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

ROJETO em Publicidade e Propaganda: Campanha Publicitária para a Associação de Turismo e Meio Ambiente de União da Vitória. União da Vitória - PR: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

RAPCHINSKI, Fabiana; SOLAREVICZ, Mayara (Co-autor). **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitária para a Rede Feminina de Combate ao Câncer de União da Vitória. União da Vitória: UNIUV, 2015. (1 TCC.)

SOUZA, de Ana Paula; HENRIQUE, Kamila Roberta; SENFF, Renan Henrique Cardoso (Co-autor). **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitária para o Restaurante Filomena. União da Vitória: UNIUV, 2015. (1 TCC.)

SOUZA, Ana Paula; HENRIQUE, Kamila Roberta; SENFF, Renan Henrique Cardoso (Co-autor). **Projeto em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitária para o Spotify. União da Vitória: UNIUV, 2015. (1 TCC.)

PACHESEN, Denise. **Projeto em publicidade e propaganda - campanha publicitária para a padaria Zanetti**. União da Vitória - PR: UNIUV., 2007. (1 TCC.)

VASKO, Éverton Luíz. **Projeto em publicidade e propaganda - campanha publicitária para a loja Rocky Point**. União da Vitória - PR: UNIUV., 2007. (1 TCC.)

KARPOVICZ, Ana Caroline; LENCI, Bruna Bollbuck; GUIMARÃES, Tatiana. **Projeto em publicidade e propaganda campanha publicitária para a churrascaria andreoli**. União da Vitória,PR: UNIUV/UVA, 2008 (1 TCC.)

AGOSTINHO, Kelly Regina de; FREI, Perla Aparecida. **Projeto em publicidade e propaganda campanha publicitária para a Cantina San Remo**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2011. (1 TCC.)

AGOSTINHO, Kelly Regina de; FREI, Perla Aparecida. **Projeto em publicidade e propaganda campanha publicitária do chocolate Diamante Negro em embalagem presenteável**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2011. (1 TCC.)

KOROLUK, Bruna Franciele; RIBEIRO, Maria Cleodete Fernandes. **Projeto em publicidade e propaganda campanha publicitária para Kinder Ovo**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 TCC.)

KOROLUK, Bruna Franciele; RIBEIRO, Maria Cleodete Fernandes. **Projeto em publicidade e propaganda campanha publicitária para a Montagnoli**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 TCC.)

WILBERT, Nadney da Silva; SILVA, Poliana Ernest; SMENTKOSKI, Regiane Rosicléia. **Projeto em publicidade e propaganda campanha publicitária para a empresa Suku's Lanches**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2008. (1 TCC.)

SCHMAL, Adriano Gilberto; GRANATIR, Felipe Henrique. **Projeto em publicidde e propaganda**: campanha publicitária para o colégio Santos Anjos. União da Vitória,PR: UNIUV/UVA, 2009. (1 TCC.)

REISDORFER, Gustavo jung. **Projeto experimental**: campanha publicitária Nubank. União da Vitória: UNIUV, 2018. (1 TCC)

REISDORFER, Gustavo jung. **Projeto experimental**: campanha publicitária ótica equilibrium. União da Vitória: UNIUV, 2018. (1 TCC)

PAIVA, Edson. **Projeto experimental de propaganda**. São Paulo: Iglu, 2005. (5 ex.)

CUNHA, Ana Maria; MAIER, Fernanda; STORE, Luis Gustavo. **Projeto experimental em publicidade e propaganda**: Campanha publicitária para a panificadora Irati. UNIUV. (1 TCC.)

VÁRIOS AUTORES. **Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitária para a cerveja Original. União da Viória: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

VÁRIOS AUTORES. **Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda**: Campanha Publicitária para a Pousada Recanto Bela Vista. União da Viória: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

CZEZESKI, Aline Marques; MORAIS, Cristiane Gisele Alvez de; SILVA FILHO, Ozório da (Co-autor). **Projeto experimental em publicidade e propaganda**: campanha publicitária para o cliente Sorvetes Klo Mix. União da Vitória - PR: UNIUV, 2013. (1 TCC.)

MORAIS, Cristiane Gisele Alves de; MAYER, Marcelo Götz; SILVA FILHO, Ozório da (Co-autor). **Projeto experimental em Publicidade e Propaganda**: campanha publicitária para Graf Von Faber-Castell. União da Vitória, PR: UNIUV/UVA, 2013. (1 TCC.)

ANDRE, Hoberg Kathleen; ORIENTADORA: PROF^a M^a JULIANA BISCAIA (Co-autor). **Projeto experimental em publicidade e propaganda**: Campanha publicitária o aplicativo de relacionamentos tinder. União da Vitória - PR: UNIUV, 2017. (1 TCC.)

CHAUSZCZ, Roberta Adrielly; ORIENTADORA: PROF^a M^a. JULIANA BISCAIA (Co-autor). **Projeto experimental em publicidade e propaganda**: campanha publicitária para a empresa rancho 2n. União da Vitória - PR: UNIUV, 2017. (1 TCC.)

CARNEIRO, Alessandra Zipperer; SEBBEN, Renata Geórgia. **Projeto experimental em publicidade e propaganda campanha publicitaria para a MED - Móveis e Esquadrias Ltda.menticias**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2010. (1 TCC.)

GHIDOLIN, Elis Ângela Barcyscyn; ROCHA, Inês Ruthnéia da; RUBY, Tayse Fabiane Alves do et al. **Projeto experimental em publicidade e propaganda campanha publicitária para a marmoraria União Pedras**. União da Vitória,PR: UNIUV/UVA, 2009. (1 TCC.)

CABRAL, Plínio. **Propadanda para quem paga a conta**: do outro ldo do muro, o anunciante. São Paulo: Summus, 1986. (1 ex.)

CABRAL, Plínio. **Propaganda**: técnica da comunicação industrial e comercial. São Paulo: Atlas, 1977. (1 ex.)

CABRAL, Plínio. **Propadanda para quem paga a conta**: do outro lado do muro, o anunciante. 2.ed. São Paulo: Summus, 2001. (1 ex.)

PREDEBON, José; FRANZÃO, Angelo; MELLO, Claudio, et al. **Propaganda**: profissionais ensinam como se faz - Mídia, promoção, new media, criatividade, planejamento, criação (I), pesquisa, atendimento, criação (II), criação x computador. São Paulo,SP: Atlas, 2000. (5 ex.)

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 7.ed. São Paulo: Pioneira/Thompson Learning, 1998. (1 ex.)

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 7.ed./8.reimp. São Paulo: Pioneira/Thompson Learning, 2006. (1 ex.)

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 8.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009. (3 ex.; + 1 ex. 2010)

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda**: engorda e faz crescer a pequena empresa. 2.tir. São Paulo: Atlas, 2002. (1 ex.)

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A propaganda antiga**. São Paulo,SP: Pioneira, 1974. (1 ex.)

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3.ed./6.reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2003. (1 ex.)

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo. **Propaganda e economia para todos**. São Paulo: Summus, 1994. (1 ex.)

PETIT, Francesc. **Propaganda ilimitada**. 12.ed./rev./ampl. São Paulo: Futura, 2006. (2 ex.)

PINHO, J.B. **Propaganda institucional**: usos e funções da propaganda em relações públicas. 3.ed. São Paulo,SP: Summus, 1990. (4 ex.)

GALINDO, Daniel. **Propaganda inteira e ativa**. São Paulo: Futura, 2002. (1 ex.)

GOVATTO, Ana Claudia Marques. **Propaganda responsável**: é o que todo anunciante deve fazer. São Paulo: SENAC, 2007. (1 ex.)

CALAZANS, Flávio Mário de Alcantara. **Propaganda subliminar multimídia**. 6.ed. São Paulo: Summus, 1992. (1 ex.)

MUCCHIELLI, Roger. **Psicologia da publicidade e da propaganda**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1978. (1 ex.)

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade**: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 1996. (1 ex.)

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade**: a linguagem da sedução. 3.ed. São Paulo: Ática, 2001.

MALANGA, Eugênio. **Publicidade**: uma introdução. São Paulo,SP: Atlas, 1976. (1 ex.)

GOMES, Neusa Demartini. **Publicidade**: comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003. (2 ex.)

PUBLICIDADE: a criatividade na teoria e na prática - laboratório. São Paulo: Paulinas, 2003. (1 ex.)

LARA, Milton. **Publicidade**: a máquina de divulgar. São Paulo: SENAC, 2010. (1 ex.)

DONATON, Scott. **Publicidade + entretenimento**: por que estas duas indústrias precisam se unir para garantir a sobrevivência mútua. São Paulo: Cultrix, 2007 (1 ex.)

HENRIQUES, Isabella Vieira Machado. **Publicidade abusiva dirigida à criança**. Curitiba,PR: Juruá, 2006. (1 ex.)

CONTRERA, Malena Segura; HATTORI, Osvaldo Takaoki (Org.). **Publicidade e cia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. (3 ex.)

SÁFADY, Naief. **Publicidade e propaganda**. Rio de Janeiro,RJ: FGV, 1973. (1 ex.)

BONA, Nivea Canalli. **Publicidade e propaganda: da agência à campanha**. 20.ed. Curitiba, PR: Ibpex, 2007 (1 ex.)

OSCANI, Oliviero. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**. 5.ed. Rio de Janeiro,RJ: Ediouro Publicações S.A., 2002. (1 ex.)

- COVALESKI, Rogério. **Publicidade híbrida**. Curitiba - PR: Maxi, 2010. (1 ex.)
- FROTA, Mário. **A publicidade infanto-juvenil: perversões e perspectivas**. 2.ed. Curitiba: Juruá, 2006. (1 ex.)
- JONES, John Philip. **A publicidade na construção de grandes marcas**. São Paulo: Nobel, 2004. (1 ex.)
- CARNEIRO, Rafael Gonzalez. **Publicidade na TV digital: um mercado em transformação**. São Paulo: Aleph, 2012. (1 ex.)
- PUBLICITÁRIO. São Paulo: Publifolha, 2005. (1 ex.)
- SCHULTZ, Roberto. **O publicitário legal: alguns toques, sem juridiquês, sobre o direito da publicidade no Brasil**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005. (2 ex.)
- BIGAL, Solange. **O que é criação publicitária ou o estético na publicidade**. 2.ed. São Paulo: Nobel, 1999. (3 ex.)
- RIES, Al; RIES, Laura. **A queda da propaganda: da mídia paga à mídia espontânea**. Rio de Janeiro,RJ: Campus, [2003]. (1 ex.)
- VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 3.ed. São Paulo,SP: Loyola, 2003. (2 ex.)
- CARRASCOZA, João Anzanello. **Razão e sensibilidade no texto publicitário: como são feitos os anúncios que contam histórias**. 2.ed. São Paulo: Futura, 2004. (2 ex.)
- CARRASCOZA, João Anzanello. **Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo**. 2.ed. São Paulo,SP: Futura, 2003. (1 ex.)
- CARRASCOZA, João Anzanello. **Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo**. 4.ed. São Paulo: Futura, 2006. (3 ex.)
- MARTINS, Jorge S. **Redação publicitária: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1997. (5 ex.)
- MARTINS, Zeca. **Redação publicitária: a prática na prática**. 2.reimpr. São Paulo: Atlas, 2006. (4 ex.)
- HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. **Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda**. 4.ed./4.reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. (5 ex.)
- HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. **Redação publicitária: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda**. 4.ed./4.reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. (2 ex.)
- CIDADE, Marco Aurélio. **Redação publicitária: o que faltava dizer**. São Paulo: Saraiva, 2006. (1 ex.)
- FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. (1 ex.; + 3 ex. 2008)
- CANFIELD, Bertrand R. **Relações públicas**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1970. (1 ex.)
- MUSBURGER, Robert B. **Roteiro para mídia eletrônica: tv, rádio, animação e treinamento corporativo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. (1 ex.)

BARBOSA, Ivan Santo; MARCOVITCH, Elizabeth Speers (Colab.); TRINDADE, Eneus (Colab.) et al. **Os sentidos da publicidade**: estudos interdisciplinares. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. (1 ex.)

"SZKLO, Henrique "Carneiro". **Só porque criou o mundo pensa que é Deus**: o milagre da criação publicitária. São Paulo: Meio & Mensagem, 1998. (1 ex.)

BRITO, Waldomiro Barbosa de. **Técnicas comerciais para a escola moderna**. São Paulo: IBEP, [19--?]. (1 ex.)

BROWN, J. A. C. **Técnicas de persuasão**: da propaganda à lavagem cerebral. 2.ed. Rio de Janeiro,RJ: Zahar, 1971. (1 ex.)

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar**: socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre,RS: Artmed, 1998. (2 ex.)

SANT'ANNA, Armando. **Teoria, técnica e prática da propaganda**. São Paulo,SP: Pioneira, 1973. (1 ex.)

SANTOS, Daniela de Fátima. **Terceira idade - A melhor idade**. União da Vitória,PR: UNIUV/UVA, 2007. (1 ex.)

ÁRIOS AUTORES. **Trabalho de Conclusão de Curso**: Campanha para Guns n' Roses - Show no Brasil. União da Vitória: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

TRABALHO de Conclusão de Curso: Campanha para Lício Ferreira - Escola de Artes. União da Vitória - PR: UNIUV, 2016. (1 TCC.)

CASAQUI, Vander; LIMA, Manolita Correia (Org.); RIEGEL, Viviane (Org.) [et.al]. **Trabalho em publicidade e propaganda**: história, formação profissional, comunicação e imaginário. São Paulo: Atlas, 2011. (1 ex.)

ANZO, José Maria Campos. **A tragédia da propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro,RJ: Collector's, 1983. (1 ex.)

CESAR, Newton. **Tudo o que você não queria saber sobre propaganda**: as verdades da profissão que poucos ensinam. São Paulo: A Girafa, 2004. (1 ex.)

RIBEIRO, Júlio; ALDRIGHI, Vera, et al. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1986. (1 ex.)

RIBEIRO, Júlio; ALDRIGHI, Vera, et al. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1995. (5 ex.)

MARCONDES, Pyr. **Uma história da propaganda brasileira**: as melhores campanhas, gênios da criação, personagens. 2.ed. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações S.A., 2002. (1 ex.)

KELLEY, Larry D.; JUGENHEIMER, Donald W. **Uma visão de mídia para gestores de marca**. São Paulo: Nobel, 2006. (1 ex.)

BUTTERFIELD, Leslie. **O valor da propaganda**: vinte maneiras de fazer a propaganda funcionar para a sua empresa. São Paulo: Cultrix, 2005. (2 ex.)

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrina**: construção de encenações. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2010. (1 ex.)

KOSKOSKY, Adriana. **Zoo**:: A tv como alternativa educativa infantil. União da Vitória - PR: UNIUV, 2007. (1 DVD)

KOSKOSKY, Adriana. **Zoo: A tv como alternativa educativa infantil**. União da Vitória,PR: UNIUV, 2007. (1 TCC.).