

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Que a publicidade e a propaganda são a alma do negócio todo mundo sabe. O que poucos sabem é que o mercado de trabalho para os profissionais do setor começa a viver um bom momento. "A maioria dos alunos que cursam Publicidade e Propaganda na UFPR saem empregados ou conseguem ser empreendedores, abrindo seu próprio negócio", diz o coordenador. Por ser do meio publicitário, tem consciência que os ex-alunos da UFPR são os mais disputados no mercado paranaense.

Para se tornar um bom profissional, o aluno precisa ser criativo. Para fortalecer o dom da criatividade, é preciso manter-se atualizado, cultivar hábitos de leitura e frequentar ambientes onde haja efervescência cultural. Bom gosto, habilidade com números e linguagem adequada à profissão também são qualidades desejadas. A tudo isso deve ser somado o espírito de equipe, liderança e uma boa dose de adrenalina para os momentos de tensão. Outras habilidades como a fluência em inglês, podem ajudar muito no cotidiano do profissional e durante o curso.

O currículo de Publicidade e Propaganda contém disciplinas teóricas e práticas. Os dois primeiros anos são dedicados à fundamentação científica da Comunicação e os restantes têm enfoque mais prático, com disciplinas voltadas ao dia-a-dia do profissional. Segundo o coordenador, "os alunos aprendem a dominar as ferramentas de trabalho, conhecem os diferentes tipos de veículos de divulgação e ficam sabendo como escolher o melhor deles para cada tipo de trabalho. Depois, estudam os públicos-alvos e têm uma visão geral de tudo o que podem fazer. O profissional de Publicidade e Propaganda está diretamente envolvido no cenário de desenvolvimento do país, com a tarefa de criar campanhas, veiculá-las nos diferentes meios de comunicação de massa, gerando empregos, aumentando a arrecadação de impostos e satisfazendo o consumidor, colocando no mercado uma variedade de produtos e serviços dentro da sociedade de consumo cada vez mais competitiva", explica.

Mercado de Trabalho

O profissional de Publicidade e Propaganda pode trabalhar em agências, em diversas funções que interagem entre si; com consultoria em departamentos de marketing de empresas e meios de comunicação; em sua própria empresa; em departamentos de comunicação e marketing do setor público; e na internet, com o e-commerce (comércio eletrônico) que tem registrado crescimento.

Passando a Limpo

1. O publicitário não vive em festas e cercado de gente bonita. É um executivo de negócio da propaganda. Tem de ser um profissional organizado, cooperativo, informado e antenado.
2. O curso da UFPR oferece infra-estrutura adequada.

Informações Gerais:

Duração: 4 anos

Turno: Integral – manhã e noite

Vagas: 90 (Jornalismo: 30; Publicidade e Propaganda: 30; Relações Públicas: 30)

Local: campus Juvevê

Periodização Recomendada (Resolução nº 04/03-CEPE)

CÓDIGO	DISCIPLINA	CH* SEMANAL				CR*	PRÉ-*
		AT	AP	EST	TOT*		
1º PERÍODO							
<u>HH105</u>	História Contemporânea III	04	00	00	04	04	-----
<u>HT016</u>	História Social dos Meios de Comunicação	04	00	00	04	04	-----
<u>HT270</u>	Introdução à Publicidade e Propaganda	02	00	00	02	02	-----
<u>HL201</u>	Língua Portuguesa I	04	00	00	04	04	-----
<u>HT271</u>	Psicologia do Consumidor	02	00	00	02	02	-----
<u>HT020</u>	Técnicas Fotográficas	00	02	00	02	01	-----
	<i>Total</i>				<i>18</i>		
2º PERÍODO							
<u>HC060</u>	Sociologia Geral III	04	00	00	04	04	-----
<u>HF146</u>	Filosofia para Ciências Humanas	04	00	00	04	04	-----

HT011	Teoria da Comunicação I	02	00	00	02	02	-----
HT215	Planejamento de Comunicação	04	00	00	04	04	-----
HT041	Técnicas Básicas de TV	00	02	00	02	01	-----
HT272	Introdução ao Marketing	02	00	00	02	02	-----
	<i>Total</i>				16		

3º PERÍODO

HT012	Teoria da Comunicação II	02	00	00	02	02	-----
HT261	Criação Publicitária I	02	02	00	04	03	HT271
HT281	Redação Publicitária I	02	02	00	04	03	-----
HT283	Programação Visual I	04	00	00	04	04	-----
	<i>Total</i>				14		

4º PERÍODO

HT273	Elaboração de Planos de Marketing	02	00	00	02	02	HT272
HT262	Criação Publicitária II	02	02	00	04	03	HT261
HT282	Redação Publicitária II	02	02	00	04	03	HT281
HT284	Programação Visual II	02	02	00	04	03	HT283
HT285	Produção Publicitária em TV e Cinema	02	02	00	04	03	-----
HT019	Teoria do Conhecimento	02	00	00	02	00	-----
	<i>Total</i>				20		

5º PERÍODO

HT013	Comunicação e Linguagem	02	00	00	02	02	-----
HT263	Técnicas de Veiculação	02	02	00	04	03	-----
HT286	Produção Publicitária em Áudio I	02	02	00	04	03	-----
HT267	Fotografia Publicitária II	02	02	00	04	03	-----
HT017	Metodologia de Pesquisa	02	00	00	02	02	-----
	<i>Total</i>				16		

6º PERÍODO

HT014	Comunicação Sociedade Cultura	04	00	00	04	04	-----
HT200	Estágio Supervisionado em Publicidade e Propaganda III	00	00	12	12	04	-----
	<i>Total</i>				22		

7º PERÍODO

HT015	Comunicação e Tecnologia	02	00	00	02	02	-----
HT296	Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda I	00	04	00	04	02	HT270+ HT271+ T272+ HT261+ HT283+ T281+ HT262+ HT282+ T284+ HT285+ HT273+ T215+ HT286+ HT263+
HT290	<i>Ética e Legislação da Publicidade e Propaganda</i>	02	00	00	02	02	-----
	<i>Total</i>				10		

8º PERÍODO

HT297	Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda IV	00	06	00	06	03	HT291/296
	<i>Total</i>				06		

Carga Horária total obrigatória 2700h.

Carga Horária de optativas necessária 720 h.

Atividades extracurriculares 240 h.

OBS. São optativas todas as disciplinas do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, do Departamento de Direito Público, do Departamento de Teoria e Fundamentos da Educação e do Departamento de Informática, além das optativas do Decomtur. O aluno pode cursar ainda quaisquer outras disciplinas da UFPR (eletivas). Até o limite de 240 horas/aula, serão contabilizadas dentro da carga de optativas.