



# GUIA SOBRE OS CURSOS DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO DA UNB

por: Aline Teixeira





# SOBRE O GUIA

Este guia foi construído para apresentar de forma dinâmica os cursos da área de comunicação contemplados pela Faculdade de Comunicação – FAC da Universidade de Brasília . No material estão descritos os cursos – Audiovisual, Publicidade e Propaganda, Comunicação Organizacional e Jornalismo – , bem como as disciplinas obrigatórias vistas durante a graduação em cada um, as competências que ao final dos cursos os graduandos terão e algumas das possibilidades de atuação no mercado de trabalho.

# Sumário



1. Quais são os cursos da área de comunicação na Universidade de Brasília?.....	04
2. Como funcionam os cursos da Faculdade de Comunicação?.....	05
3. O curso de Audiovisual.....	06
3.1 Descrição do curso.....	07
3.2 O que você estuda em cada semestre?.....	08
3.3 O que o graduado saberá fazer ao final do curso?.....	18
3.4 Mercado de trabalho.....	20
3.5 Empresa Júnior.....	21
4. O curso de Comunicação Organizacional.....	22
4.1 Descrição do curso.....	23
4.2 O que você estuda em cada semestre?.....	24
4.3 O que o graduado saberá fazer ao final do curso?.....	31
4.4 Mercado de trabalho.....	32
4.5 Empresa Júnior.....	33
5. O curso de Jornalismo.....	34
5.1 Descrição do curso.....	35
5.2 O que você estuda em cada semestre?.....	36
5.3 O que o graduado saberá fazer ao final do curso?.....	44
5.4 Mercado de trabalho.....	46
5.5 Empresa Júnior.....	47
6. O curso de Publicidade e Propaganda.....	48
6.1 Descrição do curso.....	49
6.2 O que você estuda em cada semestre?.....	50
6.3 O que o graduado saberá fazer ao final do curso?.....	59
6.4 Mercado de trabalho.....	61
6.5 Empresa Júnior.....	62
7. Mais informações sobre a FAC e os cursos.....	63
8. Mais informações sobre as empresas juniores.....	64
9. Fontes.....	65

**Quais são os cursos  
da área de  
comunicação na  
Universidade de  
Brasília?**

Audiovisual



Jornalismo



Publicidade  
E Propaganda



Comunicação  
Organizacional



# Como funcionam os cursos da Faculdade de Comunicação?







Atualmente, a Faculdade de Comunicação dispõe dos seguintes cursos de graduação:

- Comunicação Social (diurno) – Habilitação em Audiovisual
- Comunicação Social (diurno) – Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social (noturno) – Habilitação em Comunicação Organizacional
- Jornalismo (diurno).

Ao escolher o curso de Comunicação Social do período diurno, a habilitação desejada (Audiovisual ou Publicidade e Propaganda) é escolhida somente após o início do curso.

**Curiosidade:**

a habilitação de Comunicação Organizacional é recente nas Universidades, atualmente apenas a Universidade de Brasília e a Universidade Tecnológica Federal do Paraná que possuem essa habilitação.

# AUDIOVISUAL



A habilitação de Audiovisual busca oferecer aos estudantes uma forma tanto teórica quanto prática nas mais diversas mídias audiovisuais, tais como: cinema, televisão, rádio, vídeo etc. A ideia é possibilitar a experimentação e criação de novas formas de expressão e comunicação audiovisuais. O aluno do curso trabalhará com equipamentos apropriados e tecnologias diversificadas que serão disponibilizadas pela própria Universidade, afim de levar todo o material necessário para uma formação mais completa. Além disso, o aluno será instigado e levado à avaliar criticamente produtos e práticas do mercado, bem como a dominar a linguagem apropriada para cada um dos meios audiovisuais a serem estudados.



# Descrição do Curso

# O que você estuda no 1º Semestre?

## Comunicação e Universidade

Resumo: O que é universidade; a universidade na história. O papel social, político e cultural da universidade; as relações com a sociedade; universidade e democracia. Universidade, ensino, pesquisa e extensão, geração e compartilhamento de saberes. A universidade brasileira e seu modelo institucional. Universidade pública e universidade privada. As formas básicas do trabalho acadêmico. A Universidade de Brasília. O ensino da Comunicação, suas origens e sentidos contemporâneos. O ensino da Comunicação e a Faculdade de Comunicação da UnB.

## Introdução à Comunicação

Resumo: O que é comunicação. O processo da comunicação. Formação e Exercício Profissional nas áreas de Comunicação Social.

## Fundamentos de Comunicação Visual

Resumo: Noções básicas sobre a linguagem visual e sua aplicação no âmbito da Comunicação Visual. Conhecimento dos elementos (formas, cores, tipologia ...) e princípios que articulam a linguagem visual. Noções introdutórias sobre o processo de Comunicação Visual e sobre planejamento e desenvolvimento de projetos que envolvam essa linguagem.

## Oficina de Texto

Resumo: Produção de textos em língua portuguesa, leitura de textos da literatura nacional. Correção gramatical de textos e sua adequação a estilística dos meios de comunicação de massa. Normas de apresentação.

## Oficina Básica de Audiovisual

Resumo: Construção da narrativa audiovisual. A pesquisa da realidade através de sons e imagens. As possibilidades e limitações da realização audiovisual em vídeo digital.

# O que você estuda no 2º Semestre?

## Linguagens Cinematográfica e Audiovisual

Resumo: A relação entre sons e imagens na construção da linguagem cinematográfica e audiovisual. Elementos da narrativa e da dramaturgia do cinema e do audiovisual. O uso expressivo e criativo dos elementos e dos recursos da linguagem cinematográfica e audiovisual

## Introdução à Fotografia

Resumo: Domínio da técnica fotográfica valorizando a educação estética como uma apreensão verdadeiramente criadora da realidade. Aquisição de uma cultura visual obtendo assim uma atitude crítica diante do conteúdo, da forma e dos sentidos da imagem fotográfica.

## Teorias da Comunicação

Resumo: O objetivo da comunicação social. Contribuições interdisciplinares para a constituição de uma teoria da comunicação. As diversas correntes teóricas. Teorias voltadas para a análise de mensagens, inclusive semiologia. Transformações históricas, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase no período contemporâneo.

## História do Cinema

Resumo: O Cinema em seu momento inaugural. Novas tecnologias no final do século XIX e XX. Heranças e influências culturais: literatura, teatro, artes plásticas. Principais referências de escolas e autores. Os grandes momentos históricos e o cinema. A maturação da linguagem cinematográfica.

## Ética na Comunicação

Resumo: Noções básicas de ética e deontologia. Moralidade e da eticidade. Ética na Comunicação Social. Ética e setores corporativos (patronais e trabalhistas). Os códigos de ética no campo da Comunicação Social. Responsabilidade social e cidadania.

# O que você estuda no 3º Semestre?

## Introdução à Linguagem Sonora

Resumo: Disciplina introdutória que tem o objetivo de discutir o signo sonoro, sua especificidade, características, estética, recursos técnicos e aplicações. Pretende-se trabalhar os elementos da criação, desenvolver o pensamento criativo e a elaboração de ideias imaginativas a partir do signo sonoro.

## Teoria e Estética do Cinema e do Audiovisual

Resumo: O cinema, o audiovisual e o campo da experiência humana. O cinema e o audiovisual como objeto de estudo. A relação entre o campo da expressão audiovisual e outros campos da experiência humana: ciência, religião, literatura. A relação entre o campo audiovisual e as ciências humanas: psicanálise, psicologia, antropologia, filosofia, ciências sociais. Principais teorias do cinema e do audiovisual e respectivos autores: formativa, realista, semiótica e semiológica, estruturalista e pós-estruturalista, cognitivista e filosófico-analítica, fenomenológica, estudos culturais.

## Tecnologias da Comunicação

Resumo: Abordagem contemporânea das novas tecnologias de comunicação. A digitalização como a base técnica das novas mídias derivadas da convergência da telefonia, da transmissão de dados, do rádio, da televisão e das redes de computador. A comunicação mediada por computador como premissa teórica básica para a conceituação das novas mídias digitais. A economia política como referencial teórico básico para a apreensão crítica das novas mídias digitais e seus mais recentes desenvolvimentos sócio-políticos, socioeconômicos e socioculturais. Internet, World Wide Web, Televisão Digital – vetores empíricos da disciplina.



## Cinema Brasileiro

Resumo: Uma visão panorâmica do fenômeno cultural do cinema produzido no Brasil, seus Condicionamentos históricos, técnicos e artísticos, visando demonstrar, sobretudo, o processo de uma linguagem própria em face da realidade brasileira.

## Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação

Resumo: Noções básicas de epistemologia: o conhecimento, a lógica. O conhecimento científico: objetividade, método, observação, experimentação, leis e teorias. As ciências sociais: a objetividade, o marco teórico, métodos e técnicas de pesquisa. Os campos da comunicação: os marcos teóricos, as técnicas de pesquisa mais utilizadas segundo o campo comunicacional. Aspectos formais do trabalho acadêmico

# O que você estuda no 4º Semestre?

## Documentário 1

Resumo: Estudo do documentário enquanto narrativa fundamental da cinematografia universal, nacional e local. A história e a evolução do documentário. Principais escolas, tendências e movimentos da história do cinema documental. Etapas e processos específicos a serem percorridos na realização de um documentário audiovisual: a ideia, a pesquisa, a sinopse, o argumento, o roteiro e a organização da produção.

## Argumento e Roteiro

Resumo: A importância do argumento e do roteiro na criação e na realização da obra cinematográfica e audiovisual. A ideia e as diversas formas de expressão obedecendo a lógica da transformação em tema, forma e significado.

## Direção de Atores

Resumo: Princípios básicos de dramaturgia. O corpo como linguagem. Técnicas de construção do personagem. Técnicas de seleção e preparação de elenco. A relação do ator com a câmara. A contribuição do ator para a construção da obra audiovisual.

## Roteiro, Produção e Realização em Áudio

Resumo: Redação e desenvolvimento do roteiro, incluindo elementos de produção, direção e finalização de produtos em áudio nos vários gêneros, desde a ficção, o documentário, programa institucional, de entretenimento e educativo. Além disso, apresentará noções de produção de trilhas, técnicas de gravação, mixagem e captação do som.

## Estética da Comunicação

Resumo: O que é a arte. O conceito de estética e de arte. Estética e reprodutibilidade técnica. Comunicação e Arte. Crítica da cultura e da arte. Mídia e Imaginário.



# O que você estuda no 5º Semestre?

## Direção

Resumo: Conceitos de obra e autoria na área audiovisual. Técnicas e processos de realização da obra audiovisual. Uso criativo dos vários elementos da linguagem e da expressão audiovisual. A relação do diretor com o roteiro. Decupagem do roteiro. Escolha de locações, cenários, elenco, etc. Composição da equipe de direção e das demais equipes técnicas e artísticas envolvidas na realização da obra. Atribuições e responsabilidades do diretor. A relação do diretor com a equipe de produção e com as demais equipes. Direção de atores. Posicionamentos de câmera, enquadramentos e movimentos de câmera.

## Documentário 2

Resumo: A discussão do documentário cinematográfico como meio de captação e difusão da realidade social, cultural e humana, em especial no que se refere ao quadro da sociedade brasileira.

## Edição e Montagem

Resumo: A construção de sentidos durante o processo de edição e montagem da obra audiovisual. O manejo do tempo e a construção do ritmo da obra. A relação entre o editor, o diretor, o roteiro e o material filmado. Decupagem e organização do material. Elaboração do roteiro de edição. Uso criativo de efeitos visuais e sonoros durante a edição. Técnicas de edição e montagem. Edição de imagem e som. Transcrição de som e mixagem.

## Som 1

Resumo: Noções fundamentais sobre técnicas de gravação de som direto. As contribuições que o som pode trazer a elaboração de obras audiovisuais. A atividade do técnico e do "engenheiro" de som. História do registro sonoro. A natureza do som. Fontes sonoras. Tipologia e uso dos microfones. O registro sonoro. Suportes e formatos de registro de áudio. O registro de áudio em interiores e exteriores. Equipe técnica de som.

## Oficina de Argumento e Roteiro

Resumo: Desenvolvimento da ideia, elaboração da sinopse, do argumento e do roteiro em suas várias versões e tratamentos. Elaboração de roteiro até seu tratamento final e desenvolvimento de projeto audiovisual.

## Produção

Resumo: A importância da produção na realização da obra audiovisual. Adequação da produção às características do produto: formato, gênero, orçamento, cronograma, etc. Composição da equipe de produção. Produção executiva e direção de produção. Planejamento e administração de projetos audiovisuais. Leitura do roteiro do ponto de vista da produção. Decupagem e análise técnica do roteiro. Elaboração de orçamento e plano de produção. Ordem do dia. O papel de cada componente de uma equipe de produção audiovisual durante cada uma das etapas de realização de um produto audiovisual. A relação da equipe de produção com o diretor e com os demais componentes da equipe de realização e do elenco.

## Fotografia e Iluminação 1

Resumo: O uso de equipamentos de filmagem e iluminação. a câmera de cinema e a câmera de vídeo. Propriedades físico-químicas do material sensível fotográfico, propriedades físicas magnética e da eletrônica do sinal de vídeo. Estilos de iluminação, fotográficos composição e intenção estética.

# O que você estuda no 6º Semestre?

## Som 2

Resumo: A importância do som na narrativa audiovisual. Criação de desenho sonoro e utilização de diálogos, efeitos sonoros e músicas para a construção da narrativa audiovisual. Realização prática de curta-metragem com aplicações das técnicas e fundamentos relacionados ao planejamento, decupagem, captação de som, edição de som e mixagem de som. Domínio e utilização das ferramentas para captação e criação sonora.

## Produção 2

Resumo: Análise técnica e decupagem do roteiro. Plano de produção. Mapa de locações. Orçamento. Terceirização de serviços. Cronograma. Cronograma de desembolso. Captação de recursos. Comercialização e divulgação do produto final.

## Direção em Audiovisual 2

Resumo: Decupagem de roteiro e processos de pré-visualização. O trabalho de direção nas três fases da realização audiovisual: pré-produção, filmagem, montagem e finalização. A relação do diretor com as áreas de fotografia, som, arte, edição. Seleção de elenco, ensaios com os atores e mise-en-scène.

## Fotografia e Iluminação 2

Resumo: O papel da direção de fotografia na construção de um produto audiovisual. A estrutura da equipe de fotografia. O diálogo entre fotografia, direção e direção de arte como tripé de criação. O trabalho do(a) diretor(a) de fotografia nas distintas etapas da produção.

## Edição e Montagem 2

Resumo: Elementos técnicos e estéticos da montagem cinematográfica. Edição de vídeo utilizando softwares de edição de vídeo e áudio. Realização prática de edição de curta metragem e processos de finalização de imagem.

# O que você estuda no 7º Semestre?

## **Políticas de Comunicação**

Resumo: Políticas públicas de comunicação. O público, o privado, o público estatal. Comunicação e Estado. Comunicação e mercado. Radiodifusão. Cabo difusão. Canais de acesso público. Regionalização da comunicação. Interatividade na comunicação. Democratização da comunicação.

## **Legislação, Desenvolvimento e Produção de Projetos**

Resumo: Relações históricas e legais entre Estado e Audiovisual no Brasil. Legislação de financiamento cultural, ANCINE, Fundo Setorial do Audiovisual. Financiamento cultural no âmbito regional. Elaboraões de projetos audiovisuais e mecanismos de captação. Perspectivas do mercado televisivo contemporâneo e suas múltiplas plataformas.

## **Pré-Projeto em Audiovisual**

Resumo: Elaboração do pré-projeto (monografia ou produto) do Projeto Experimental com base na Resolução FAC/01/2004 (Regulamentação da disciplina Projeto Experimental). Definição de tema, de objetivos, referenciais teóricos, procedimentos metodológicos e de cronograma. Escolha do professor orientador.

# O que você estuda no 8º Semestre?

## **Comunicação e Sociedade**

Resumo: A natureza semiótica da sociedade humana. Cultura e representações sociais. Relações sociais e comunicação; a natureza social do fenômeno comunicacional. Os processos fundamentais da comunicação e a construção social da realidade. Os meios de comunicação nas sociedades de massas. A comunicação no pensamento social: principais correntes sociológicas e antropológicas e políticas. O papel do comunicador na sociedade: a dimensão política do ofício de comunicador.

## **Projeto Experimental em Audiovisual**

Resumo: Elaboração do Projeto Final em Audiovisual.



**O QUE O GRADUADO  
SABERÁ FAZER AO  
FINAL DO CURSO?**

- Desempenhar atividades na realização de produtos audiovisuais em suas especialidades criativas, tais como: formatar projetos, escrever originais ou roteiros para realização de projetos em cinema, vídeo, televisão, rádio e outras mídias audiovisuais digitais;
- Adaptar originais de terceiros;
- Planejar e executar atividades de captação de sons e imagens, responder pela direção, produção, divulgação e transmissão de produtos audiovisuais;
- Editar e finalizar programas audiovisuais analógicos ou digitais;
- Desempenhar atividades na geração e disseminação de produtos audiovisuais em suas especialidades de gestão, como produção, distribuição, exibição, divulgação, e outras atividades relacionadas;
- Dominar as linguagens e gêneros relacionados às criações audiovisuais, percebendo-os como espaços abertos à experimentação e à constante renovação;

- Interpretar, analisar, explicar e contextualizar a linguagem audiovisual, em diferentes meios, formatos e modalidades de comunicação;
- Inovar e propor alternativas criativas e mercadológicas para a produção de filmes, vídeos, programas de TV e áudio para diferentes plataformas ou mídias;
- Articular as práticas em audiovisual, em seus aspectos técnicos e conceituais, à produção científica, artística e tecnológica que caracteriza a cultura, e o exercício do pensamento em seus aspectos estéticos, éticos e políticos;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à criação, produção e circulação cultural de produtos audiovisuais.



# MERCADO DE TRABALHO

Áreas de atuação mais comuns:

- Animação
- Captação de Som
- Direção Direção de Arte
- Edição de Som
- Montagem
- Roteiro
- Fotografia
- Produção

Locais de atuação mais comuns:

- Emissoras televisivas
- Rádios
- Produtora de vídeos e/ou filmes
- Agências de publicidade





# Empresa Júnior

Para o campo de audiovisual, a Faculdade de Comunicação tem a **Pupila Audiovisual**. Essa empresa júnior trabalha com a produção de vídeos institucionais, promocionais, educacionais, entre outros, em diversos formatos como vinhetas, spots e outras técnicas de áudio e vídeo. Tudo produzido para clientes reais. Para ingressar na Pupila, é necessário ser aluno da FAC e realizar um processo seletivo que acontece todo semestre.

Para mais informações sobre a Pupila, acesse: <https://www.pupilaaudiovisual.com.br>

A photograph of a business meeting. In the foreground, a person's hands are visible, holding a pen and pointing at a large sheet of paper on a table. The paper contains a complex organizational chart with various boxes and connecting lines. Another person's hand is also visible, holding a pen. In the background, a laptop is open on the table. The overall scene is dimly lit, with a blue geometric overlay on the left side of the image.

# COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A habilitação de Comunicação Organizacional foi formulada com base nos projetos pedagógicos das outras 3 habilitações da Faculdade de Comunicação (Audiovisual, Jornalismo e Publicidade e Propaganda). O curso traz disciplinas relacionadas às áreas de conhecimento da comunicação tanto de forma prática quanto teórica, assim como disciplinas relacionadas ao planejamento e gestão da Comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor. O objetivo do curso é formar profissionais e pesquisadores capazes de planejar, formular estratégias e gerir projetos de Comunicação em consonância com a responsabilidade social e as questões éticas, com conhecimentos adequados para atender aos desafios das atividades de Comunicação em Organizações nos diversos setores.



# Descrição do Curso

# O que você estuda no 1º Semestre?

## Introdução ao Planejamento

Resumo: Estudo das principais escolas e correntes teóricas do planejamento. A natureza do planejamento e suas relações com a política, a economia e a sociedade brasileira. Caracterização de planos, programas e projetos em níveis estratégico, tático e operacional. Noções de cenários e tendências em planejamento.

## Introdução às Teorias da Comunicação

Resumo: Os conceitos e noções das teorias tradicionais da Comunicação e da Comunicação Organizacional, seus objetivos, aplicação. As transformações históricas, as correntes teóricas.

## Introdução ao Marketing

Resumo: Os princípios e as noções iniciais do marketing. Os conceitos fundamentais. As tendências do mercado consumidor e da sociedade.

## Ética, Legislação e Responsabilidade Social

Resumo: Conceitos de ética em diferentes sociedades e contextos. Diferenças entre ética e moral. Éticas normativas e não-normativas. Códigos de ética. A Ética em ambientes organizacionais. Ética e responsabilidade social. Ética nos meios de comunicação. Comunicação e pactos éticos.

## Linguagens da Comunicação 1

Resumo: Conceitos básicos e linguagens da Comunicação voltados para a área de fotografia, produtos audiovisuais e Web. A compreensão da cultura visual e os seus sentidos.

# O que você estuda no 2º Semestre?

## Teorias da Comunicação Organizacional

Resumo: O conceito de organização e suas várias dimensões. Revisões teóricas da Comunicação Organizacional – escolas, autores e teorias. A constituição comunicativa das organizações e da sociedade. Tendências da pesquisa e da teorização em Comunicação Organizacional.

## Planejamento em Comunicação

Resumo: Estudo de aspectos endógenos e do macro ambiente onde operam as organizações. Aplicação de métodos e técnicas para a delimitação de objetivos comunicacionais e desenvolvimento de planos de comunicação.

## Metodologia de Pesquisa em Comunicação

Resumo: Ciência e o método científico. Tipos de pesquisa, procedimentos teórico-metodológicos para elaboração de trabalhos científicos.

## Produção e Edição de Imagem e Som

Resumo: As etapas da realização de produtos audiovisuais: da pré-produção à edição de imagens. A logística da produção audiovisual. A equipe técnica e suas funções.

## Linguagens da Comunicação 2

Resumo: Históricos, conceitos e tendências das principais linguagens da Comunicação, e a integração com a Comunicação Organizacional.

# O que você estuda no 3º Semestre?



## **Políticas de Comunicação, Sociedade e Cidadania**

Resumo: Conceito de Políticas Públicas e de Políticas Públicas de Comunicação. Principais sistemas de mídia. Principais desafios de Políticas Públicas de Comunicação no país. O Direito Humano à Comunicação na Constituição Federal. Movimentos pela democratização da Comunicação.

## **Gestão em Comunicação**

Resumo: Evolução dos conceitos e modelos de gestão. Desafios contemporâneos de gestão de processos, rotinas, fluxos, redes, discursos, imagem, identidade, conflitos e crises na comunicação organizacional. Estratégias e ações de relacionamento com públicos de interesse.

## **Planejamento Gráfico, Visual e Web**

Resumo: As técnicas, fundamentos, teorias, exercícios e práticas da comunicação visual e da criação de identidade da marca.

## **Técnicas de Jornalismo Impresso e Online**

Resumo: Principais conceitos jornalísticos; gêneros jornalísticos; processos de apuração; características do jornalismo impresso e on-line e o papel do jornalismo nas democracias.

# O que você estuda no 4º Semestre?



## Instrumento da Comunicação Organizacional

Resumo: Diagnóstico de Comunicação nas organizações. Elaboração de Plano de Comunicação: as dimensões técnica, estratégica e ético-política. Manual de Identidade Visual. Plano de Mídias Sociais. Vídeo Institucional. O uso de impressos na Comunicação Organizacional. Outros instrumentos de Comunicação Organizacional.

## Planejamento e Gestão em Marketing

Resumo: Planejamento, estratégia e gerenciamento de marketing, incluindo análise de cenários e tendências, segmentação, gestão da marca e noções de empreendedorismo e startups.

## Criação em Comunicação e Publicidade

Resumo: Conceitos, abordagens e técnicas de criatividade. Geração, avaliação, aprimoramento e implementação de ideias na comunicação.

## Técnicas de Jornalismo em Rádio e TV

Resumo: Introdução às práticas básicas de produção da notícia para rádio e televisão: aspectos técnicos e éticos. As características dos dois veículos e a influência sobre a linguagem. Aplicações na comunicação organizacional.

O que você  
estuda no  
**5º Semestre?**

## **Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e do Terceiro Setor**

Resumo: Relações de interface entre estado, sociedade e governo. Conceitos, princípios e aspectos legais e históricos da Comunicação Pública e Governamental. Interesse público e privado na produção, na circulação e no gerenciamento de informações. Instrumentos de comunicação pública.

## **Pesquisa em Opinião e Mercado**

Resumo: A importância e o significado das pesquisas de opinião e mercado em sua interface com a comunicação. A ideia de opinião e suas concepções-chaves. Pesquisa de opinião, Internet, mídias sociais e big data.

## **Roteiro, Produção e Direção para Web, Vídeo e Cinema**

Resumo: Pauta, roteiro, produção, composição e técnicas para Web, Rádio, TV e Cinema



# O que você estuda no 6º Semestre?



## Planejamento e Gestão em Web

Resumo: Estudos de métodos, processos criativos em fluxos de trabalho, inovação e projetos experimentais integrados a plataformas digitais no contexto da Comunicação e da Sociedade da Informação.

## Formatação e Gerenciamento de Projetos em Comunicação

Resumo: Modelos de elaboração, formatação e gerenciamento de projetos de comunicação em organizações.

## Gestão estratégica para a Sociedade

Resumo: Comunicação como estratégia para a mudança social. Sociedade como espaço da organização da diversidade. Gestão como posicionamento institucional que se materializa como projeto. Comunicação, hegemonia e contra hegemonia.

## Avaliação em Projetos de Comunicação

Resumo: Processos e instrumentos de avaliação de projetos de comunicação, diagnóstico, acompanhamento avaliação de impacto. Construção de indicadores e ferramentas de pesquisa para avaliação de projetos.

# O que você estuda no 7º Semestre?



## **Assessoria e Consultoria em Comunicação**

Resumo: Espaço de experimentação em Comunicação Organizacional, de caráter laboratorial e transdisciplinar, comprometido com a inovação, assessoramento de excelência e senso de comunidade, integrando estudos teóricos e práticos no âmbito de pesquisa, ensino e extensão.

## **Pré-Projeto de TCC**

Resumo: Orientação no processo de construção de projetos de Trabalho de Conclusão de Curso.

## **Trabalho de Conclusão de Curso**

Resumo: Orientação no processo de elaboração dos trabalhos de conclusão de curso, com foco na inovação da linguagem científica e qualidade teórico-metodológica.

# O que você estuda no 8º Semestre?





# O QUE O GRADUADO SABERÁ FAZER AO FINAL DO CURSO?

- Dominar técnicas e ferramentas utilizadas nos vários processos de Comunicação Organizacional;
- Elaborar projetos e/ou produtos dos diversos campos da Comunicação, a exemplo do jornalismo, publicidade e audiovisual;
- Elaborar e executar planos e projetos na área de Comunicação Organizacional para organizações públicas, privadas e do terceiro setor de diversos portes;
- Elaborar e executar projetos de pesquisa relacionados à Comunicação Organizacional levando em conta aspectos sociais, econômicos, políticos e éticos;
- Desempenhar cargos e funções de direção, administração, gerência e assessoria em organizações da área de Comunicação.



# MERCADO DE TRABALHO

Áreas de atuação mais comuns:

- Assessoria de Comunicação
- Assessoria de Imprensa
- Produção Marketing
- Gestão de Crise
- Comunicação Administrativa

Locais de atuação mais comuns:

- Agências de Comunicação
- Assessorias de Imprensa
- Departamentos de marketing
- Departamentos de comunicação
- Departamento de vendas.



# Empresa Júnior

Criada inicialmente para atender as demandas do Jornalismo, a **Facto – Agência de Comunicação** estendeu seus serviços para o ambiente da Comunicação Organizacional também. Hoje a mesma presta serviços como: consultoria em comunicação digital, cobertura de eventos, assessoria de imprensa, planejamento editorial, produção de conteúdo, entre outros. Tudo para clientes que realmente estão no mercado. Para ingressar na Facto, além de ser aluno da FAC é necessário realizar um processo seletivo que acontece todo semestre.

Para mais informações sobre a Facto, acesse: <https://www.factoagencia.com.br>

Fonte da imagem: instagram @factoagencia

# JORNALISMO

A photograph of a person with a camera, overlaid with a large white 'X' graphic. The person is seen from the back, holding a camera with a large lens. They are wearing a checkered shirt and a black strap across their back. The background is a blurred outdoor setting with trees and a building. The word 'JORNALISMO' is written in white capital letters across the middle of the image, partially obscured by the 'X' graphic.

O curso de Jornalismo foi o primeiro curso da área da Comunicação na Universidade de Brasília, chamado de embrião da Faculdade de Comunicação o mesmo compõe o quadro de cursos da universidade desde 1962. No decorrer da graduação, os alunos terão acesso aos materiais e tecnologias necessários para sua formação e serão levados a avaliar criticamente os produtos, as práticas e empreendimentos do mercado, e a dominar a linguagem apropriada às diferentes plataformas, como jornal, rádio, TV e web, para a produção. O objetivo do curso de jornalismo é formar profissionais que consigam dominar os diferentes processos de produção comunicacionais, incluindo um ambiente permeado por tecnologias diversificadas, como gráfico, digital, impresso e audiovisual. Por este motivo traz uma proposta que envolve tanto o ensino prático quanto teórico, com a finalidade de formar profissionais mais críticos e preparados para o mercado e para a área de pesquisa.



# Descrição do Curso

# O que você estuda no 1º Semestre?

## Comunicação e Universidade

Resumo: O que é universidade, características, papel social, político e cultural. Comunicação e as relações da universidade com a sociedade. Divulgação científica. O tripé ensino-pesquisa-extensão. Diferenciação entre graduação e pós-graduação e a importância da iniciação científica. A Universidade de Brasília, suas ideias e formas.

## Introdução à Comunicação

Resumo: O que é comunicação. Processo, segmentação e mediação. O campo da comunicação, suas origens e sentidos contemporâneos. Introdução às teorias da comunicação. Formação e exercício profissional em Comunicação Social.

## História do Jornalismo

Resumo: Veículos de comunicação social e personalidades do jornalismo. Mudanças tecnológicas, estruturais e profissionais da imprensa. Institucionalização dos veículos de comunicação como espaços constituintes de uma esfera pública. Contextos locais, nacionais e globais correlatos à produção, circulação e consumo da informação. Escolas internacionais que influenciaram a imprensa no Brasil.

## Introdução ao Jornalismo

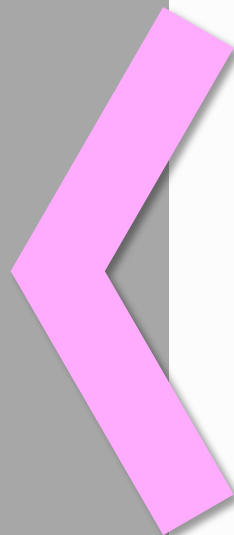
Resumo: O que é jornalismo. O jornalismo como prática sociodiscursiva e forma de conhecimento sobre o real. As relações entre jornalismo e sociedade. O conceito e o processo de produção, distribuição e acesso à conteúdos jornalísticos. Critérios de noticiabilidade. O modelo brasileiro de jornalismo. Jornalismo e mídias sociais.

## Oficina de Texto

Resumo: Qualidades do texto de alta comunicabilidade. Gêneros literários, acadêmicos e jornalísticos. Textos para jornal, revista, rádio, televisão e web. Gêneros jornalísticos: informativo, opinativo, interpretativo, de serviço e entretenimento. Observação e criatividade para o aperfeiçoamento da escrita. Produção de textos. Regras da ABNT.



# O que você estuda no 2º Semestre?



## Ética e Jornalismo

Resumo: Ética, sociedade e jornalismo. Noções e conceitos: moral, decoro, ética e deontologia. Ética e interesse público. Jornalismo, responsabilidade social e cidadania. Ética na Comunicação (setores corporativos, patronais e trabalhistas). Códigos deontológicos. Jornalismo e estudos de casos de dilemas éticos.

## Apuração e Texto Jornalístico 1

Resumo: Fundamentos e técnicas da apuração jornalística. Seleção de fatos, localização de informações e elaboração de entrevistas com fontes jornalísticas. Tratamento da informação e a estrutura básica do texto jornalístico. A construção do lide.

## Teorias da Comunicação

Resumo: Correntes teóricas e de pesquisa em comunicação. Abordagens teóricas contemporâneas. Relação entre teoria e prática na comunicação.

## Fotojornalismo

Resumo: História, temas e expoentes do fotojornalismo brasileiro e internacional. Elementos da linguagem fotográfica. Técnicas de registro fotográfico. Pauta e produção. Edição da imagem: corte, tratamento da informação e legenda. O fotojornalismo na era digital. Ética no fotojornalismo contemporâneo.

## Processos Gráficos em Jornalismo

Resumo: Introdução aos princípios da linguagem gráfica e sua aplicação no jornalismo. Noções básicas sobre os elementos que articulam a linguagem visual: espaço, forma, cor, tipologia. Métodos e processos de criação visual no design de notícias. Planejamento, projeto e produção gráfica.

# O que você estuda no 3º Semestre?

## Legislação e Direito à Comunicação

Resumo: Os poderes, o Estado e o direito à comunicação. Constituição Federal. Os direitos humanos, a globalização e a sociedade civil organizada. Liberdade de expressão e normas relacionadas ao exercício do jornalismo, da publicidade, do audiovisual e da comunicação organizacional. Direito autoral. Regulações, regulamentações e normatizações nacionais. O contexto internacional sobre a regulação das mídias.

## Jornalismo em Rádio 1

Resumo: Linguagem sonora. A construção da notícia no rádio. Técnicas de entrevista, da pauta à edição. Diferentes estilos de noticiário radiofônico. Produção, redação, edição e apresentação de radiojornais. Formatos de áudio noticioso para internet.

## Webdesign em Jornalismo

Resumo: Introdução aos princípios do planejamento editorial e visual no webjornalismo. Noções de interface gráfica e identidade visual na web para jornalistas. Conceitos básicos sobre arquitetura da informação, design de conteúdo, componentes gráficos e infográficos. Redes sociais. Acessibilidade.

## Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação

Resumo: Pesquisa e investigação científica. O campo científico. O conceito de ciência. A construção do conhecimento. Noções de epistemologia e metodologia. A construção do objetivo de pesquisa. Métodos, leis, teorias, procedimentos teóricos, técnicas de pesquisa em comunicação.

## Apuração e Texto Jornalístico 2

Resumo: Realização de pautas jornalísticas com graus de dificuldade baixo e médio, pesquisa prévia, reunião de dados, ida a campo e entrevista com fontes. Técnicas de redação jornalística. Estruturação do texto a partir da pirâmide invertida. Aprofundamento dos valores-notícia.

# O que você estuda no 4º Semestre?

## Webjornalismo

Resumo: História da Internet no mundo e no Brasil. Hipermidialidade, hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, instantaneidade, memória e personalização. Ferramentas, novos gêneros e formatos no jornalismo em rede. Reportagem Assistida por Computador e data mining. Produção de notícias para blogs, sites e dispositivos móveis. Técnica de construção da narrativa multimídia. Trabalho em redação convergente e integrada. Redes sociais.

## Assessoria de Comunicação 1

Resumo: História e origem das assessorias de comunicação. Assessorias de comunicação e de imprensa no Brasil e no mundo. Ética profissional. Imagem, marca, reputação e identidade organizacional. Linhas gerais do planejamento de assessoria de comunicação no ambiente das organizações. Noções de comunicação integrada.

## Estética da Comunicação

Resumo: Os conceitos de estética e de arte. Reprodutibilidade técnica, comunicação e arte. Cultura e mídia. Crítica da cultura contemporânea. Discussão de métodos e categorias capazes de compreender a produção contemporânea.

## Jornalismo em TV 1

Resumo: A informação televisiva como prática sociocultural simbólica de referência na sociedade brasileira em expansão no ciberespaço. Linguagem jornalística audiovisual, natureza do vivo, formas da notícia audiovisual. Rotinas de produção, apuração, edição da reportagem audiovisual, fechamento e apresentação no webtelejornalismo.

## Teorias do Jornalismo

Resumo: Fundamentos epistemológicos para uma teoria do jornalismo. Noções de fato, acontecimento, notícia e informação. Notícia e valores-notícia. Verdade e verossimilhança. Mudança e permanência no jornalismo. Produção jornalística e identidade profissional. Economia do jornalismo. Relação com o público.

O que você  
estuda no  
5º Semestre?

## **Campus Multimídia**

Resumo: Laboratório de produção jornalística multimídia. Vivência de rotinas produtivas típicas de redação multiprofissional: elaborar pautas, apurar informações, redigir e editar textos para divulgação em portal de notícias e dispositivos móveis, com o uso de diversos recursos. Podcast, radioweb, webtelejornalismo. Redação de conteúdo jornalístico multimídia. Ferramentas de webdesign e de softwares de edição de áudio e vídeo.

## **Comunicação e Sociedade**

Resumo: Mídia e transformações sociais. Usos sociais da mídia. Comunicação, sociedade e cidadania. Mídia, interesse público e interesse do público. Comunicação pública, jornalismo, audiovisual, publicidade e campanhas públicas.

O que você  
estuda no  
6º Semestre?

## **Políticas de Comunicação**

Resumo: Estado, sociedade e cidadania no Brasil. Políticas Públicas e Políticas de Comunicação; teorias, conceitos e práticas. Os movimentos nacionais e internacionais por Políticas de Comunicação: história, impasses, desafios passados, presentes e futuros. Regulação, autorregulação, correção e sistemas de prestação de contas da comunicação. Direito à Comunicação e Direito à Informação. Produção, distribuição e acesso a conteúdos de comunicação.

## **Jornal Campus**

Resumo: Técnicas de reportagem. Revisão e edição em veículo impresso. Análise e produção de grandes reportagens para o jornal-laboratório Campus. Abordagem ampla e profunda de determinados temas, com texto e apuração diferenciados.

## **Jornalismo em TV 2**

Resumo: Produção avançada em jornalismo audiovisual para televisão. Web e dispositivos móveis portáteis, aperfeiçoamento das técnicas de produção, apuração, edição, apresentação de reportagem, entrevista, documentário; experimentação da linguagem audiovisual.

## Assessoria de Comunicação 2

Resumo: Planejamento e gestão da comunicação integrada no ambiente das organizações. O dia a dia de uma assessoria. O papel do assessor e o do porta-voz. Produtos e atividades da assessoria. Gerenciamento de crises. Comunicação pública. Assessoria para comunidade, movimentos sociais e organizações do terceiro setor. Organização de entrevistas coletivas e elaboração de produtos como press-releases e houseorgans. Administração da Agência de Comunicação Campus. Planejamento e gerenciamento de redes sociais.

## Jornalismo em Rádio 2

Resumo: A reportagem em profundidade no rádio: conceito, pauta, apuração, tratamento da informação, edição, uso de recursos sonoros na construção da narrativa e apresentação. Aprofundamento das técnicas para apuração em rádio. Documentário em rádio: conceito, características, produção, realização e gravação. Produção de reportagens especiais e documentários. Experimentação de linguagens e formatos jornalísticos.

# O que você estuda no 7º Semestre?

## Projeto Final em Jornalismo

Resumo: Realização de trabalho individual de conclusão de curso. Projeto de reflexão teórica sobre temas relacionados à atividade profissional ou projeto prático de cunho jornalístico, acompanhado de relatório, memorial ou monografia.

## Pré-Projeto Experimental em Jornalismo

Resumo: Elaboração do projeto de pesquisa ou de produto, o que inclui a redação da proposta de projeto a ser desenvolvido na etapa posterior. Definição do tema de pesquisa/produto, objetivos, revisão teórica, definição dos procedimentos metodológicos e técnicas de produção e realização de produtos, cronograma de pesquisa ou etapas de produção, orçamento previsto, resultados esperados, conclusões e reflexão final.

## Empreendedorismo e Gestão da Comunicação

Resumo: O que é gestão da Comunicação: processos, rotinas, fluxos. Noções básicas de planejamento em veículos e assessorias de entidades públicas e privadas. Cultura organizacional. Comunicação interna. Imagem e identidade corporativas. Gerenciamento de crises. A cultura do empreendedorismo aplicada à Comunicação. Liderança e tomada de decisões.

# O que você estuda no 8º Semestre?



O QUE O GRADUADO  
SABERÁ FAZER AO  
FINAL DO CURSO?



- Registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando-os em notícias e reportagens;
- Interpretar, explicar e contextualizar informações;
- Investigar informações, produzir textos e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados;
- Formular pautas e planejar coberturas jornalísticas;
- Formular questões e conduzir entrevistas;
- Relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza;
- Trabalhar em equipe com profissionais da área;
- Compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística;

- Desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística;
- Avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos;
- Compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os 47 diversos setores da sociedade;
- Buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania;
- Dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação;
- Dominar a linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação.



# MERCADO DE TRABALHO

Áreas de atuação  
mais comuns:

- Reportagem
- Redação
- Assessoria de Imprensa
- Fotojornalismo
- Produção
- Jornalismo digital

Locais de atuação  
mais comuns:

- Jornais Emissoras
- Televisivas
- Rádios
- Assessorias de Imprensa



# Empresa Júnior

A **Facto – Agência de Comunicação** é uma empresa júnior da Faculdade de Comunicação que atende demandas do Jornalismo e da Comunicação Organizacional. Hoje a mesma presta serviços como: consultoria em comunicação digital, cobertura de eventos, assessoria de imprensa, planejamento editorial, produção de conteúdo, entre outros. Tudo para clientes que realmente estão no mercado. Para ingressar na Facto, além de ser aluno da FAC é necessário realizar um processo seletivo que acontece todo semestre.

Para mais informações sobre a Facto, acesse: <https://www.factoagencia.com.br>

Fonte da imagem: instagram @factoagencia



# PUBLICIDADE E PROPAGANDA

O curso de Publicidade e Propaganda possui uma estrutura composta por disciplinas básicas, para conhecimentos gerais sobre o campo da comunicação e sobre o papel social do publicitário, e por disciplinas técnicas voltadas para os diversos ramos da publicidade, como planejamento, criação, marketing, mídia, arte, comercialização, entre outros. Para ajudar os alunos a terem domínio sobre essas técnicas, são oferecidas disciplinas nas quais os alunos realizam atividades rotineiras de agências de publicidade com clients reais, para terem uma experiência do mercado de trabalho. O objetivo do curso de Publicidade e Propaganda é formar profissionais que tenham conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposta e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado das mais diversas empresas e instituições, desde o pequeno negócio até o grande negócio.



# Descrição do Curso

# O que você estuda no 1º Semestre?



## Introdução à Publicidade e Propaganda

Resumo: O que é publicidade e propaganda, suas funções. O mercado, consumidor, produtos, serviços e garantias. As leis, a sociedade, a cidadania, o indivíduo. Os processos, procedimentos, as normas. As mídias comuns e específicas, a evolução histórica. A contrapropaganda.

## Introdução à Comunicação

Resumo: O que é comunicação. O processo da comunicação. Formação e Exercício Profissional nas áreas de Comunicação Social.

## Comunicação e Universidade

Resumo: Noções básicas e conceitos: Comunicação e Universidade; origens e evolução; as primeiras academias; as primeiras repúblicas; as universidades europeias; a universidade na América Latina; a universidade no Brasil; a Reforma Universitária; ensinos público e privado; formas de democratização do acesso ao ensino superior; a Universidade de Brasília: modelo, história, crises e expansão; A indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. O papel dos movimentos estudantis. A relação entre Ciência, Pesquisa e Comunicação.

## Oficina Básica de Audiovisual

Resumo: Introdução da narrativa audiovisual. Fundamentos básicos da linguagem audiovisual por meio de exercícios práticos, feitos em equipe. Possibilidades e limitações da realização em vídeo.



## Fundamentos de Comunicação Visual

Resumo: Noções básicas sobre a linguagem visual e sua aplicação no âmbito da Comunicação Visual. Conhecimento dos elementos (formas, cores, tipologia..) e princípios que articulam a linguagem visual. Noções introdutórias sobre o processo de Comunicação Visual e sobre planejamento e desenvolvimento de projetos que envolvam essa linguagem.

## Oficina de Texto 1

Resumo: Língua, linguagem e discurso. Funções da linguagem. Os vários planos do sentido. Signo e símbolo. As várias categorias do texto. Usos, técnicas e aplicações do texto: artísticas e profissionais. O texto e a leitura como fatores de motivação, imaginação, interação, integração, criação e produção.

# O que você estuda no 2º Semestre?



## Teorias da Comunicação 1

Resumo: Quais são as teorias da comunicação? A resposta a esta pergunta se encontra diretamente correlacionada ao conceito de comunicação que empregamos. As teorias da comunicação dependem da ideia de comunicação que adotamos. Por conseguinte, o programa se divide basicamente em duas partes. A primeira trata da definição da comunicação como um campo de conhecimento, enquanto a segunda procura apresentar e discutir algumas de suas teorias.

## Administração Publicitária

Resumo: Os princípios da administração publicitária. Conceitos e modelos. Segmentos básicos. As formas de publicidade e suas redes. Negócios. Regulamentação e auto-regulamentação.

## Introdução à Fotografia

Resumo: Domínio da técnica fotográfica valorizando a educação estética como uma apreensão verdadeiramente criadora da realidade. Aquisição de uma cultura visual obtendo assim uma atitude crítica diante do conteúdo, da forma e dos sentidos da imagem fotográfica.

## Ética na Comunicação

Resumo: Noções básicas e conceitos: moral, decoro, ética e deontologia. Éticas da convicção e da responsabilidade. Ética na Comunicação (setores corporativos, patronais e trabalhistas). Ética e utilitarismo. Justificativas éticas. Os códigos de ética no campo da Comunicação. Responsabilidade social e cidadania. Ética e cidadania planetária: antropológica e holoética.



# O que você estuda no 3º Semestre?



## Tecnologia de Comunicação

Resumo: Abordagem contemporânea das novas tecnologias de comunicação. A digitalização como a base técnica das novas mídias derivadas da convergência da telefonia, da transmissão de dados, do rádio, da televisão e das redes de computador. A comunicação mediada por computador (CMC) como premissa teórica básica para a conceituação das novas mídias digitais. A economia política como referencial teórico básico para a apreensão crítica das novas mídias digitais e seus mais recentes desenvolvimentos sócio-políticos, socioeconômicos e socioculturais. Internet, World Wide Web, Televisão Digital – vetores empíricos da disciplina.

## Marketing em Publicidade e Propaganda

Resumo: Os conceitos básicos e funções do marketing. As teorias, modelos e métodos básicos para a organização do raciocínio estratégico e o planejamento de marketing. As tendências do “novo marketing”, as novas práticas, o marketing social, a reflexão e criatividade.

## Fotografia Publicitária

Resumo: Oficina de criatividade abordando a linguagem fotográfica, as técnicas de iluminação e de composição. Como valorizar o papel da fotografia na publicidade e propaganda e despertar uma atitude crítica quanto à forma e ao conteúdo da fotografia publicitária.



## Criatividade em Publicidade

Resumo: Conceito de criatividade; características e técnicas, bem como sua adequação aos objetivos da publicidade e da propaganda.

## Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação

Resumo: Noções básicas de epistemologia: o conhecimento, a lógica. O conhecimento científico: objetividade, método, observação, experimentação, leis e teorias. As ciências sociais: a objetividade, o marco teórico, métodos e técnicas de pesquisa. Os campos da comunicação: os marcos teóricos, as técnicas de pesquisa mais utilizadas segundo o campo comunicacional. Aspectos formais do trabalho acadêmico

# O que você estuda no 4º Semestre?



## Pesquisa Publicitária

Resumo: A pesquisa publicitária nas agências, nos anunciantes e nos meios, fornecedores, representantes e distribuidores. Estruturas próprias ou terceirizadas. A gestão da pesquisa como ferramenta estratégica e operacional. Investimentos em pesquisa. Paradigmas e contribuições da pesquisa para a publicidade. Os principais indicadores. O papel das instituições de pesquisa.

## Redação Publicitária

Resumo: Redação e adequações da língua portuguesa ao texto publicitário. Redação texto/imagem, desenvolvimento e aplicação de técnicas, estilos e elementos da linguagem publicitária. Oficina de criação de peças publicitárias e audiovisuais.

## Estética da Comunicação

Resumo: O conceito de estética e de arte. Estética e reprodutibilidade técnica. Comunicação e Arte. Crítica da cultura e da arte.

## Planejamento Publicitário

Resumo: Estruturação e função do Planejamento. Fundamentos do Planejamento. Tipos de Planejamento. Diretrizes, políticas, planos, programas, projetos e atividades. Missão e visão.- Benchmarking. Planejamento Estratégico. Planejamento Operacional ou Setorial. Finalidade, objetivos e metas. Comunicação e investimento. Planejamento de Campanhas Publicitárias. Modelos e processos. Execução, acompanhamento, controle, auditoria, avaliação.

## Direção de Arte em Artes Gráficas

Resumo: Introdução teórica e prática da programação visual gráfica: desenho gráfico, tipografia e cor; veículos e meios; produção e tecnologias; implicações e perspectivas; campo de aplicação. O objetivo geral é instrumentalizar o aluno no mundo da impressão gráfica, bem como as qualidades e qualificações pertinentes do diretor de arte no processo de produção visual em peças gráficas. Características e aspectos gráficos. Qualidade. Funções, usos e atributos. Suportes. Papéis. Cor. Impressões. Acabamento. Especificamente, tornar o aluno consciente e apto em todos os processos envolvidos desde a criação à realização, sua viabilidade e execução de peças gráficas e publicitárias.

## Mídia e Gerenciamento de Contas

Resumo: x

O que você  
estuda no  
5º Semestre?

## **Legislação e Regulamentação de Publicidade e Propaganda**

Resumo: x

## **Produção Publicitária Audiovisual**

Resumo: x

## **Laboratório em Publicidade e Propaganda**

Resumo: O Laboratório em Publicidade e Propaganda é um espaço pedagógico no qual poderão ser desenvolvidos estudos, projetos e/ou experimentações nas áreas de criação, pesquisa, planejamento, mídias e produção publicitária.

O que você  
estuda no  
6º Semestre?

## Políticas de Comunicação

Resumo: x

## Pré-Projeto em Publicidade e Propaganda

Resumo: x

## Publicidade e Sociedade

Resumo: Estudo e interpretação inserida na cultura brasileira, percorrendo um caminho de sua análise como mercado de bens econômicos e simbólicos, e também, como fenômeno em seu próprio processo histórico, tomando as perspectivas de desenvolvimento dominantes e as mudanças sociais ocorridas de fato.

O que você  
estuda no  
7º Semestre?



## Comunicação e Sociedade

Resumo: A natureza semiótica da sociedade humana. Cultura e representações sociais. Relações sociais e comunicação; a natureza social do fenômeno comunicacional. Os processos fundamentais da comunicação e a construção social da realidade. Os meios de comunicação nas sociedades de massas. A comunicação no pensamento social: principais correntes sociológicas e antropológicas e políticas. O papel do comunicador na sociedade: a dimensão política do ofício de comunicador.

## Projeto Final em Publicidade e Propaganda

Resumo: Elaboração do Projeto Final em  
Publicidade e Propaganda.

O que você  
estuda no  
8º Semestre?





**O QUE O GRADUADO  
SABERÁ FAZER AO  
FINAL DO CURSO?**



- Ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;
- Realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de argumentos etc;
- Definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;
- Conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
- Executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- Realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias;

- Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o merchandising e o marketing direto;
- Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
- Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.



# MERCADO DE TRABALHO

Áreas de atuação  
mais comuns:

- Atendimento
- Planejamento
- Criação | Direção de Arte
- Criação | Redação
- Mídia
- Produção
- Mídias Sociais
- Marketing em sua variedade (digital, promocional, endomarketing, entre outros)

Locais de atuação  
mais comuns:

- Agências de publicidade
- Departamentos de marketing
- Departamentos de comunicação
- Departamento de vendas
- Produtora de eventos



# Empresa Júnior

A **DoisNoveMeia** é uma empresa júnior da Faculdade de Comunicação voltada para a área de publicidade e propaganda. Atuando no formato de agência publicitária, a DoisNoveMeia existe desde 1996 e trabalha com clientes reais. Para ingressar na empresa júnior precisa ser aluno da FAC e realizar um dos processos seletivos que acontece todo semestre. Dentro da mesma você lidará com demandas reais do dia a dia tendo a oportunidade de trilhar com diversos clientes do mercado.

Para mais informações sobre a DoisNoveMeia, acesse: <https://doisnovemeia.com.br>

Fonte da imagem: instagram @doisnovemeia

# PARA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE A FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E SEUS CURSOS:

Site da FAC:

<http://fac.unb.br>

O curso de Audiovisual:

<http://fac.unb.br/audiovisual/>

O curso de Comunicação Organizacional:

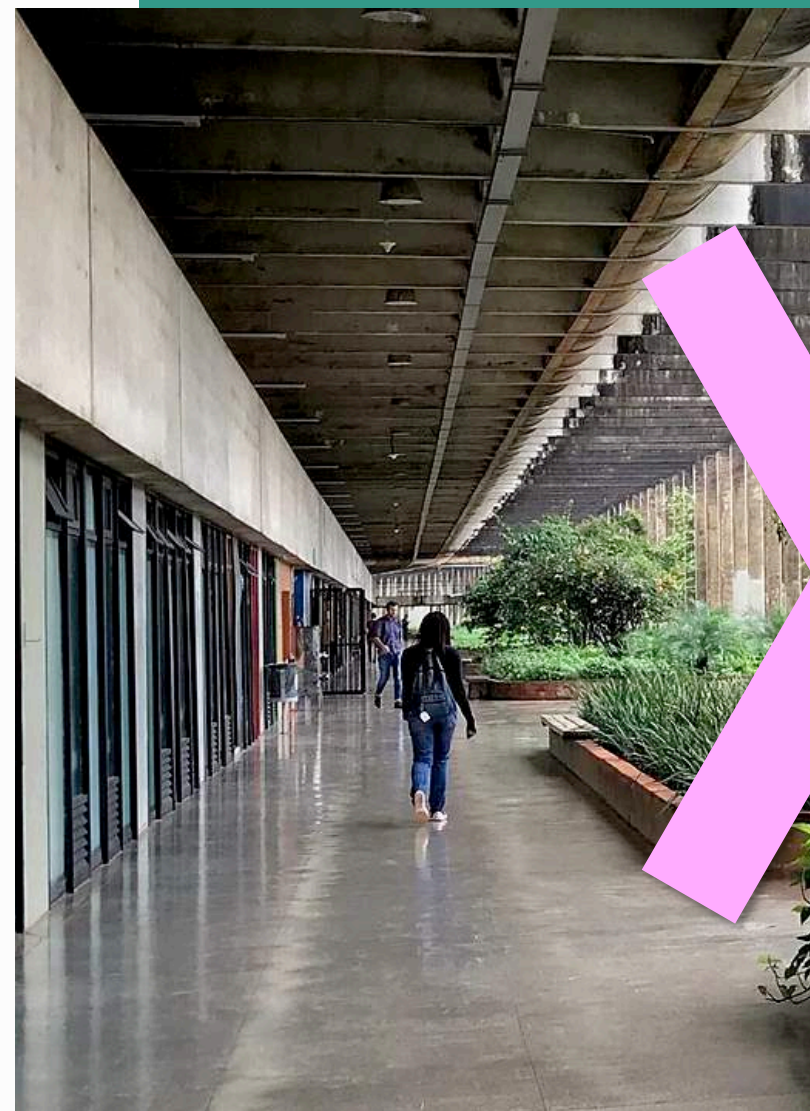
<http://fac.unb.br/comunicacao-organizacional/>

O curso de Jornalismo:

<http://fac.unb.br/jornalismo/>

O curso de Publicidade e Propaganda:

<http://fac.unb.br/publicidade-e-propaganda/>

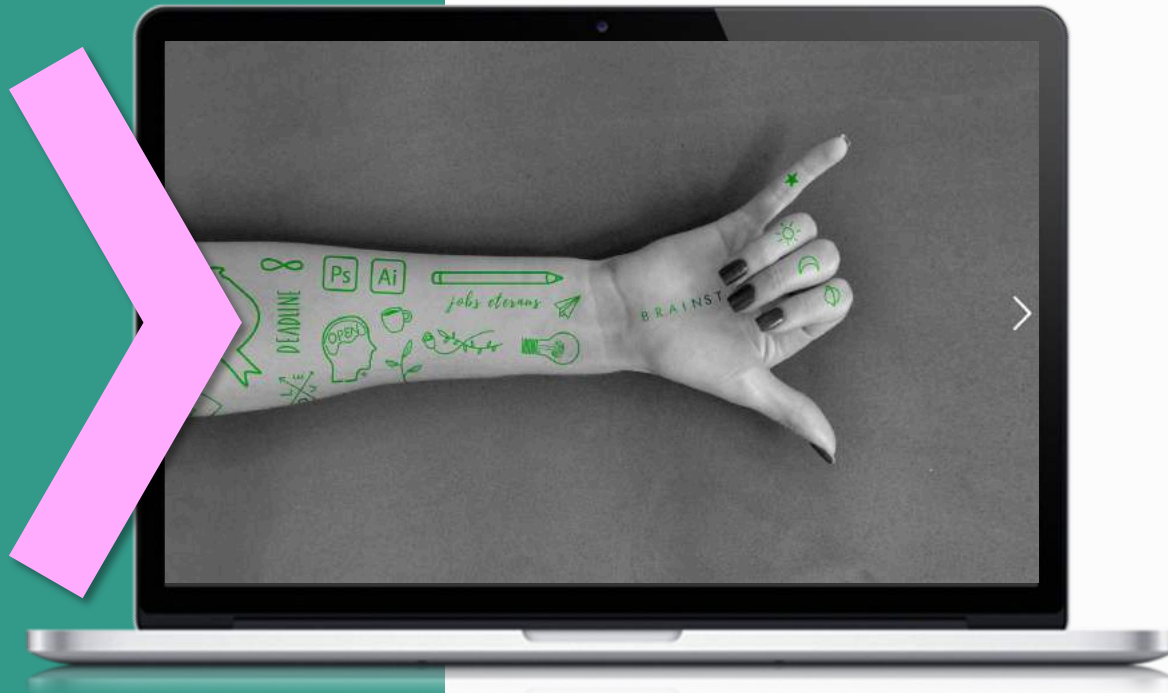


# INFORMAÇÕES SOBRE AS EMPRESAS JUNIORES:

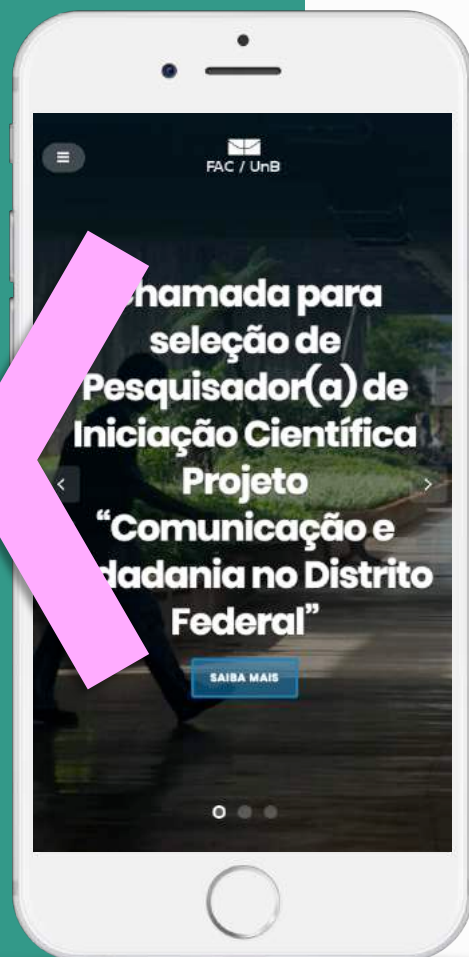
[doisnovemeia.com.br](http://doisnovemeia.com.br)

[pupilaaudiovisual.com.br](http://pupilaaudiovisual.com.br)

[factoagencia.com.br](http://factoagencia.com.br)



# FONTES



## Informações sobre os cursos e as ementas de cada disciplina:

**FAC - Faculdade de Comunicação.** Projeto Político Pedagógico Habilitação Audiovisual, Brasília, 2019.

**FAC - Faculdade de Comunicação.** Projeto Político Pedagógico Habilitação Comunicação Organizacional, Brasília, 2018. Disponível em: <[http://fac.unb.br/wp-content/uploads/2019/04/PPC\\_versao\\_final\\_MEC\\_12.04.pdf](http://fac.unb.br/wp-content/uploads/2019/04/PPC_versao_final_MEC_12.04.pdf)>. Acesso em: 20 de out. de 2019.

**FAC - Faculdade de Comunicação.** Projeto Político Pedagógico Curso de Graduação em Jornalismo, Brasília, 2015. Disponível em: <[http://fac.unb.br/wp-content/uploads/2018/03/1\\_Documento-Curriculo-\\_ppp\\_jor\\_final\\_10-07-2015-jornalismo.pdf](http://fac.unb.br/wp-content/uploads/2018/03/1_Documento-Curriculo-_ppp_jor_final_10-07-2015-jornalismo.pdf)>. Acesso em: 20 de out. de 2019.

## Informações sobre o mercado de trabalho:

ANTHONY, Igor. Conheça as áreas de Jornalismo onde o profissional pode atuar. **Educa Mais Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/cursos-e-faculdades/jornalismo/noticias/conheca-as-areas-de-jornalismo-onde-o-profissional-pode-atuar>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.

Comunicação Organizacional. **Guia do Estudante**, 2019. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/comunicacao-organizacional/>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.

Conheça as áreas de atuação da Publicidade. **Programa Orienta**, 2015. Disponível em: <<https://programaorienta.com.br/carreira/conheca-as-areas-de-atuacao-da-publicidade/>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.

Jornalismo: carreira, mercado e faculdades. **Guia da Carreira**, 2007. Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/jornalismo/>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.

Produção Audiovisual. **Guia da Carreira**, 2007. Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/cursos/producao-audiovisual/>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.

SILVA, Mari. Profissões: conheça a graduação em cinema e audiovisual. **Blog do ENEM**. Disponível em: <<https://blogdoenem.com.br/graduacao-em-cinema/>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.

SOBRINHO, A. B. F. et al. **Muito Além dos Meios: Comunicação Organizacional Desafios e Interfaces**. Editora Universidade de Brasília, 2014, p. 51.

SORVILLO, Hadassah. Publicidade e Propaganda: Quais são as áreas de atuação de um publicitário?. **Blog do Unasp**, 2018. Disponível em: <<https://www.unasp.br/blog/publicidade-areas-de-atuacao/>>. Acesso em: 28 de out. de 2019.



Este guia foi desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Comunicação Organizacional, orientado pela professora Delcia M. M. Vidal.