Dados Gerais

Horários de Funcionamento: manhã: das 08h às 11:30h, de segunda a sexta-feira
 noite: das 19:20h às 22:50h, de segunda a sexta-feira
 sábados: atividades acadêmicas curriculares complementares (AACC) e reposições/antecipações de aulas.

Duração da hora/aula: 50 minutos

Carga horária total do Curso: 2746 horas

Número de vagas oferecidas, por período: manhã: 80 vagas por semestre.
 noite: 160 vagas por semestre.

Tempo mínimo para integralização: 08 semestres.

Tempo máximo para integralização: 14 semestres.

Caracterização da infraestrutura física da Instituição reservada para o Curso

Instalação	Quantidade	Capacidade	Observações
Salas de aula	13	860	
Laboratórios	23	860	Áudio, vídeo, fotografia, informática e agências experimentais.
Apoio	04	50	Sala dos professores, secretaria, e gestão de curso.

Biblioteca

Tipo de acesso ao acervo	Livre
É específica para o curso	não
Total de livros para o curso (nº)	146 títulos e 1576 exemplares de bibliografia básica e 1401 títulos e 3665 exemplares de bibliografia complementar.
Periódicos	34 títulos de periódicos, sendo 14 assinaturas e o restante doações e periódicos acadêmicos
Videoteca/Multimídia	33 Títulos; 49 exemplares
Teses	7 títulos; 9 exemplares
Outros	A Biblioteca conta com o acesso ao Portal de Periódicos da Capes.

Endereço do sítio na WEB que contém detalhes do acervo:
<http://www.uscs.edu.br/infra/biblioteca/>

Corpo Docente Relação Nominal dos Docentes

Nome	Titulação acadêmica	Regime de Trabalho	Disciplina(s)	H/a semanais
Ana Claudia Marques Govatto	Mestre	H	Planejamento de Campanha	02
Carlos Jorge Barros Monteiro	Doutor	H	Linguagem em Áudio e Vídeo	02

Nome	Titulação acadêmica	Regime de Trabalho	Disciplina(s)	H/a semanais
Claudinei Benitez Luque Nakasone	Mestre	H	Fotografia e Iluminação; Fotografia Publicitária I; Fotografia Publicitária II	06
Claudio Arpagaus Dotto	Mestre	I	Fundamentos de Marketing; Comunicação Integrada	06
Daniela Jakubausko	Doutora	H	Linguagem e Argumentação; Produção de Texto.	16
Daniela Urbinati Castro	Mestre	H	Redação Publicitária I; Redação Publicitária II; TCC – Redação Publicitária	10
Eliana Terezinha Blessa Parisi	Mestre	H	Promoção de Vendas e Merchandising	04
Eloiza de Oliveira Frederico	Mestre	H	Técnicas de Locução e Interpretação; Linguagem Jornalística	04
Fernando Luiz Monteiro de Souza	Doutor	H	Processos Políticos	04
Herom Vargas Silva	Doutor	I	Arte e Cultura Contemporânea; História Contemporânea	06
Irene Cantero Barone	Mestre	H	Estatística e Pesquisa de Mercado	02
Ives Alejandro Munoz	Graduado	H	Antropologia Cultural de Contemporânea.	04
João Batista F. Cardoso	Doutor	I	Criação Publicitária II; Criação Publicitária III	04
José de Sá	Doutor	H	Ética e Legislação Publicitária e Promocional	02
Leandro Tadeu Novi	Mestre	H	Mídias Digitais; Marketing – Estratégias de Prod. e Branding; Planejamento e Atendimento de Marketing; Elaboração de Proj. de Com. Integrada; TCC – Planejamento de Comunicação	18
Lideli Crepaldi	Doutora	I	Psicologia Aplicada à Comunicação;	04
Liráucio Girardi Jr.	Doutor	H	Sociologia e Comunicação	06

Nome	Titulação acadêmica	Regime de Trabalho	Disciplina(s)	H/a semanais
Luciana Patara	Mestre	I	Criação Publicitária I	02
Luciano de Souza	Mestre	I	Edição em Áudio e Vídeo; Linguagem e Produção Audiovisual; TCC – Produção de Áudio e Vídeo	18
Manuel Fernandes S. Souza	Mestre	H	Marketing – Estratégia de Preço e Distribuição	04
Marina Jogue Chinem	Mestre	H	Produção Visual; Produção Gráfica; TCC – Direção de Arte	08
Missila Loures Cardozo	Mestre	I	Design Gráfico e Digital; Produção Publicitária para Internet; TCC – Propaganda Digital; TCC – Produção Gráfica	10
Patrícia Maria Garib	Mestre	H	Linguagem Publicitária	04
Paulo Alves de Lima	Mestre	H	Computação Gráfica	04
Pedro Mendes Britto	Mestre	H	Mídia I; Planejamento Mídia; TCC - Mídia	10
Priscila Ferreira Perazzo	Doutora	I	Pesquisa em Comunicação	04
Roberto Bazanini	Doutor	H	Filosofia, Comunicação e Sociedade.	02
Roberto Elísio dos Santos	Livre Docente	I	Teorias da Comunicação	04
Rodrigo Fonseca Fernandes	Doutor	H	Roteirização	02
Sergio Sanches Marin	Doutor	I	Fundamentos Econômicos; História da Propaganda; E-Commerce e Planejamento de Marketing	08
Yolanda Coppen Martin	Mestre	H	Empreendedorismo (Criatividade, Inovação e Ação)	02

Docentes segundo a Deliberação CEE 55/2006

TITULAÇÃO	Nº	%
Graduados	01	3,3
Mestres	17	54,8
Doutores	13	41,9
TOTAL	31	100,0

Corpo técnico disponível para o Curso

TIPO	QUANTIDADE
Edição de áudio e vídeo Estúdios de TV e Rádio	06
Laboratórios de informática	
Secretaria	01

Demanda do Curso nos últimos processos seletivos, desde o último Reconhecimento (últimos 5 anos)

Período	VAGAS			CANDIDATOS			Relação Candidato/Vaga		
	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite
2006	80	--	160	51	--	214	0,64	--	1,34
2007	80	--	160	58	--	231	0,72	--	1,44
2008	80	--	160	30	--	168	0,37	--	1,05
2009	80	--	160	23	--	107	0,29	--	0,67
2010/1	80	--	160	36	--	153	0,45	--	0,96
2010/2	80	--	160	16	--	47	0,20	--	0,29
2011/1	80	--	160	61	--	156	0,76	--	0,97
2011/2	80	--	160	6	--	41	0,07	--	0,26
2012/1	80	--	160	62	--	168	0,77	--	1,05
2012/2	80	--	160	20	--	48	0,25	--	0,30
2013/1	80	--	160	61	--	177	0,76	--	1,11
2013/2	80	--	160	19	--	46	0,23	--	0,28
2014/1	80	--	160	79	--	229	0,99	--	1,43
2014/2	80	--	160	7	--	66	0,08	--	0,41

Demonstrativo de alunos matriculados e formados no Curso desde o último Reconhecimento, por semestre

Período	MATRICULADOS									Egressos		
	Ingressantes			Demais séries			Total					
	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite	M	T	Noite
2006	15	--	113	28	--	362	43	---	475	---	---	100
2007	23	--	115	--	--	375	23	---	490	---	---	114
2008	---	--	70	--	--	294	---	---	364	---	---	101
2009	---	--	54	--	--	224	---	---	278	---	---	65
2010/1	24	--	82	--	--	167	24	---	249	---	---	----
2010/2	09	--	27	18	--	75	27	---	102	---	---	53
2011/1	34	--	74	14	--	103	48	---	177	---	---	----
2011/2	05	--	30	40	--	194	45	---	204	---	---	57
2012/1	31	--	95	27	--	187	58	--	282	--	--	----
2012/2	11	--	22	50	--	257	61	--	307	--	--	22
2013/1	29	--	98	36	--	262	59	--	360	--	--	---
2013/2	7	--	35	47	--	351	57	--	386	--	--	50
2014/1	35	--	84	24	--	356	59	--	440	--	--	15
2014/2	--	--	45	43	--	438	43	--	481	--	--	----

Matriz curricular do Curso, contendo distribuição de disciplinas por período (ano)**GRUPO 01 - TECNOLOGIA E SOCIEDADE**

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
LINGUAGEM E ARGUMENTAÇÃO	80h
COMPUTAÇÃO GRÁFICA	80h
EDIÇÃO EM ÁUDIO E VÍDEO	80h
TÉCNICAS DE LOCUÇÃO E INTERPRETAÇÃO	40h
FILOSOFIA, COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE	40h
PROCESSOS POLÍTICOS CONTEMPORÂNEOS	80h
Total:	400h

GRUPO 02 - COMUNICAÇÃO E TÓPICOS EMERGENTES

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
PRODUÇÃO DE TEXTOS	80h
PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO	40h
FOTOGRAFIA E ILUMINAÇÃO	80h
MÍDIAS DIGITAIS	80h
ANTROPOLOGIA CULTURAL CONTEMPORÂNEA	40h
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	40h
SOCIOLOGIA E COMUNICAÇÃO	40h
Total:	400h

GRUPO 03 - CULTURA E COMUNICAÇÃO

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
EMPREENDEDORISMO (CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E AÇÃO)	40h
ARTE E CULTURA CONTEMPORÂNEA	80h
ROTEIRIZAÇÃO	40h
HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA	40h
LINGUAGEM EM ÁUDIO E VÍDEO	40h
LINGUAGEM PUBLICITÁRIA	40h
LINGUAGEM JORNALÍSTICA	40h
PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	80h
Total:	400h

Núcleo Específico de Publicidade e Propaganda**GRUPO 04 – PUBLICIDADE E PROPAGANDA – NÚCLEO ESPECÍFICO**

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
FUNDAMENTOS ECONOMICOS	40h
FUNDAMENTOS DE MARKETING	80h

ESTATISTICA E PESQUISA DE MERCADO	80h
HISTORIA DA PROPAGANDA	40h
FOTOGRAFIA PUBLICITARIA I	40h
DESIGN GRAFICO E DIGITAL	80h
ETICA E LEGISLAÇÃO PUBLICITARIA E PROMOCIONAL	40h
Total:	400h

GRUPO 05 – PUBLICIDADE E PROPAGANDA – NÚCLEO ESPECÍFICO

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
MARKETING – ESTRATÉGIA DE PREÇO E DE DISTR.	40h
CRIAÇÃO PUBLICITARIA I	80h
REDAÇÃO PUBLICITARIA I	80h
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA PARA INTERNET	40h
LINGUAGEM E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	80h
FOTOGRAFIA PUBLICITARIA II	40h
MIDIA I	40h
Total:	400h

GRUPO 06 – PUBLICIDADE E PROPAGANDA – NÚCLEO ESPECÍFICO

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
COMUNICAÇÃO INTEGRADA	80h
PLANEJAMENTO MIDIA	80h
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	80h
CRIAÇÃO PUBLICITARIA II	40h
PRODUÇÃO VISUAL	40h
MARKETING –ESTRATÉGIAS DE PROD. E BRANDING	40h
PRODUÇÃO GRÁFICA	40h
Total:	400h

GRUPO 07 – PUBLICIDADE E PROPAGANDA – NÚCLEO ESPECÍFICO

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
E-COMMERCE E PLANEJAMENTO DE MARKETING	80h
PLANEJAMENTO E ATENDIMENTO EM COMUNICAÇÃO	80h
PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING	80h
ELABORAÇÃO DE PROJ. DE COMUN. INTEGRADA	80h
CRIAÇÃO PUBLICITARIA III	40h
REDAÇÃO PUBLICITARIA II	40h
Total:	400h

GRUPO 08 – PUBLICIDADE E PROPAGANDA – NÚCLEO ESPECÍFICO

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
TCC – PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	40h
TCC – REDAÇÃO PUBLICITÁRIA	80h
TCC – DIREÇÃO DE ARTE	80h
TCC - MÍDIA	80h
TCC – PROPAGANDA DIGITAL	40h
TCC – PRODUÇÃO GRÁFICA	40h
TCC – PRODUÇÃO DE ÁUDIO E VÍDEO	40h
Total:	400h

O Curso tem duração de quatro anos e carga horária total de 2.746 horas, sendo 3.200 horas-aula (equivalentes a 2.666 horas relógio) distribuídas em oito semestres de 400 horas cada, mais 80 horas de Atividades Acadêmicas Curriculares Complementares (AACC) obrigatórias, presenciais e a distância.

Formação Básica	3.200 h/a	2.666 horas
Atividades Acadêmicas Curriculares Complementares - AACC		80 horas
Carga Horária Total		2.746 horas

A estrutura curricular do Curso atende à Res. CNE/CES N.º 02, de 18 de junho de 2007, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos Cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial; e à Res. CNE/CES N.º 3, de 2 de julho de 2007, que dispõe sobre procedimentos a serem adotados quanto ao conceito de hora-aula, e dá outras providências.

O Projeto Pedagógico do Curso é bem fundamentado e as atividades descritas evidencia boa inserção dos estudos na realidade contemporânea, com destaque para seus aspectos mercadológicos. Trata-se de um Curso com ênfase na prática sem desprezar a fundamentação teórica. Essas características foram notadas pela Comissão de Especialistas que após análise dos autos e visita à Instituição, deu parecer favorável à renovação do reconhecimento, *acreditando na seriedade e comprometimento da Universidade Municipal de São Caetano do SUL (USCS), tradicional e respeitada IES do Estado de São Paulo*. Esse parecer fundamentou-se na análise do Projeto Pedagógico sobre o qual os Especialistas assim se manifestaram:

Desde o primeiro semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, os alunos são estimulados com atividades interdisciplinares que permitem vivenciar a articulação dos diversos conhecimentos e situações que exijam trabalhar em equipe, no desdobramento de projetos que contemplam a pesquisa, o planejamento e o desenvolvimento de produtos comunicacionais. Tal prática, que visa incrementar habilidades e competências próprias dos comunicadores sociais, busca soluções diferentes, inovadoras e arrojadas, é aplicada no âmbito de cada eixo teórico e prático dos respectivos semestres. O Projeto Interdisciplinar (PI) engloba todas as disciplinas, no que se refere aos objetivos, metodologia e sistema de avaliação.

Com relação ao acervo que atende ao Curso Superior de Graduação em Comunicação Social- Publicidade e Propaganda, constatou-se que a maior parte da bibliografia básica proposta na idealização do Curso encontra-se na biblioteca em número suficiente para os alunos do Curso (um exemplar para cada 10 alunos em média), assim como de revistas especializadas do Curso.

Os materiais e equipamentos dos laboratórios específicos do Curso são suficientes e adequados para atender às necessidades do mesmo.

Todos os professores ingressam a IES, através de concurso público. Fazem parte do curso de Publicidade e Propaganda 31 professores, distribuídos conforme já mencionados no relatório. Verificou-se, na opinião dos professores e alunos, reflexos da competência da atual gestora do curso (recém empossada em outubro de 2014) professora Luciana Patara, egressa da Instituição e seu empenho na IES em termos de modernização de gerenciamento de recursos humanos e materiais.

Vale destacar que os alunos apontam a importância dos cursos terem seus diretórios acadêmicos e não apenas o DCE. Os acadêmicos também indicam que o curso poderia ter mais atividades de extensão, com seu envolvimento direto. Os estudantes ressentem-se da instalação de uma “sala de desconpressão” (sala para brainstorm) e de mais atividades com agências de publicidade, notadamente do ABC, já que há mais de 100 empresas desse ramo instaladas na região. De acordo com a gestora do curso, essas são algumas de suas prioridades de ação.

Por sua vez, os docentes mostraram conhecer o Plano de Carreira da IES e, tanto quanto os alunos, também apontam que o curso poderia ter mais atividades de extensão que, acreditam, irá acontecer com atual gestão do curso.

O Curso reúne adequadas condições de oferta, dispondo de um bom projeto pedagógico, adequada qualificação docente, corpo discente participativo e instalações que atendem às necessidades da comunidade acadêmica.

A realidade macro institucional foi apresentada e explicitada pela Comissão Própria de Avaliação, criada por Deliberação CONSEPE nº 033/2005, de 29 de junho de 2005, atualmente presidida pela profa. Dra. Neyde Lopes de Souza.

2. CONCLUSÃO

Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE nº 99/2010, o pedido de Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, pelo prazo de cinco anos.

A presente renovação do reconhecimento tornar-se-á efetiva por ato próprio deste Conselho, após homologação deste Parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 15 de janeiro de 2015.

a) Cons^a Guiomar Namó de Mello
Relatora

3. DECISÃO DA CÂMARA

A CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR adota, como seu Parecer, o Voto da Relatora.

Presentes os Conselheiros: Bernardete Angelina Gatti, Guiomar Namó de Mello, Hubert Alquéres, Márcio Cardim, Maria Cristina Barbosa Storopoli, Maria Helena Guimarães de Castro, Mário Vedovello Filho e Rose Neubauer.

Sala da Câmara de Educação Superior, em 21 de janeiro de 2015.

a) Cons^a Rose Neubauer

Presidente

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

O CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO toma conhecimento, da decisão da Câmara de Educação Superior, nos termos do Voto da Relatora.

Sala “Carlos Pasquale”, em 28 de janeiro de 2015.

Cons. Francisco José Carbonari

Presidente

PARECER CEE Nº 39/15 – Publicado no DOE em 30/01/2015 - Seção I - Página 45

Res SEE de 03/02/15, public. em 04/02/15 - Seção I - Página 23

Portaria CEE GP nº 53/15, public. em 05/02/15 - Seção I - Página 46