

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO E ESPORTE
DIRETORIA DA EDUCAÇÃO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

MATRIZ CURRICULAR

Matriz Curricular					
Estabelecimento:					
Município:					
Curso: TÉCNICO EM PUBLICIDADE					
Forma: CONCOMITANTE/SUBSEQUENTE				Implantação: gradativa a partir de	
Turno:				Carga horária: 800 horas	
				Organização: Semestral	
N.	COD. SAE	DISCIPLINAS	SEMESTRES		HORAS
			1º	2º	
1	3514	FUNDAMENTOS DO TRABALHO	32	-	32
2	1930	INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE	48	64	112
3	1931	LEGISLAÇÃO APLICADA À PUBLICIDADE	32	48	80
4	1932	MÍDIAS EM PUBLICIDADE	48	48	96
5	1933	PESQUISA E MÉTODO EM PUBLICIDADE	48	48	96
6	1935	PRODUÇÃO EM PUBLICIDADE	64	64	128
7	2105	PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	32	32	64
8	2324	RELAÇÕES INTERPESSOAIS	32	32	64
9	190	TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO	64	64	128
TOTAL			400	400	800

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO E ESPORTE
DIRETORIA DA EDUCAÇÃO
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

MATRIZ CURRICULAR OPERACIONAL

Matriz Curricular Operacional				
Estabelecimento:				
Município:				
Curso: TÉCNICO EM PUBLICIDADE				
Forma: CONCOMITANTE/SUBSEQUENTE			Implantação: gradativa a partir de	
Turno:			Carga horária: 800 horas	
			Organização: SEMESTRAL	
Nº	COD SAE	DISCIPLINAS	SEMESTRES	
			1º	2º
1	3514	FUNDAMENTOS DO TRABALHO	2	-
2	1930	INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE	3	4
3	1931	LEGISLAÇÃO APLICADA À PUBLICIDADE	2	3
4	1932	MÍDIAS EM PUBLICIDADE	3	3
5	1933	PESQUISA E MÉTODO EM PUBLICIDADE	3	3
6	1935	PRODUÇÃO EM PUBLICIDADE	4	4
7	2105	PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	2	2
8	2324	RELAÇÕES INTERPESSOAIS	2	2
9	190	TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO	4	4
TOTAL			25	25

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

DESCRIÇÃO DE CADA DISCIPLINA CONTENDO EMENTA

1. FUNDAMENTOS DO TRABALHO

Carga horária total: 33h

EMENTA: O Trabalho humano nas perspectivas ontológica e histórica; o trabalho como realização da humanidade, como produtor da sobrevivência e da cultura; o trabalho como mercadoria no industrialismo e na dinâmica capitalista. As transformações no mundo do trabalho: tecnologias, globalização, qualificação do trabalho e do trabalhador

CONTEÚDOS:

- O ser social
- Mundo do trabalho
- Sociedade
- Dimensões do trabalho humano
- Perspectiva histórica das transformações do mundo do trabalho
- O trabalho como mercadoria: processo de alienação
- Emprego, desemprego e subemprego
- O processo de globalização e seu impacto sobre o mundo do trabalho
- O impacto das novas tecnologias produtivas e organizacionais no mundo do trabalho; qualificação do trabalho e do trabalhador
- Perspectivas de inclusão do trabalhador na nova dinâmica do trabalho

BIBLIOGRAFIA

CHESNAIS, F. *Mundialização do capital*. Petrópolis: Vozes, 1997.

FROMM, E. *Conceito marxista de homem*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

GENRO, T. *O futuro por armar. Democracia e socialismo na era globalitária*. Petrópolis: Vozes, 2000.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

GENTILI, P. **A educação para o desemprego. A desintegração da promessa integradora.** In: Frigotto, G. (Org.). *Educação e crise do trabalho: perspectivas de final de século.* 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

GRAMSCI, A. **Concepção dialética da história.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

HOBSBAWM, E. **A era dos extremos - O Breve Século XX - 1914-1991.** São Paulo: Editora da UNESP, 1995.

JAMESON. F. **A cultura do dinheiro.** Petrópolis: Vozes, 2001.

LUKÁCS, G. **As bases ontológicas do pensamento e da atividade do homem.** *Temas de Ciências Humanas.* São Paulo: [s.n], 1978.

MARTIN, H. P.; SCHUMANN, H. **A armadilha da globalização: O assalto à democracia e ao bem-estar.** São Paulo: Globo, 1996.

NEVES, L.M. W. **Brasil 2000: nova divisão do trabalho na educação.** São Paulo: Xamã, 2000.

NOSELLA, P. Trabalho e educação. In: Frigotto, G. (Org.). **Trabalho e conhecimento: dilemas na educação trabalhador.** 4 ed. São Paulo: Cortez, 1997.

SANTOS, B. **Reinventando a democracia. Entre o pré-contratualismo e o pós-contratualismo.** In: Beller, Agnes et al. *A crise dos paradigmas em ciências sociais.* Rio de Janeiro: Contraponto, 1999.

2. INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE

Carga horária total: 117h

EMENTA: Estudo da publicidade e suas aplicações.

CONTEÚDOS:

- **O que é publicidade e propaganda, suas funções**
- Conceitos de publicidade
- Conceitos de propaganda

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

- Conceitos de marketing
- Princípios de marketing

- Ferramentas do *marketing*
- *Merchandising*
- *Marketing* direto
- *E-commerce*
- Pós vendas
- Análise de comportamento de mercado:
 - Definição de consumidor
 - Segmentação de mercado
 - Processo de decisão de compra
 - Definição de necessidades, desejos e satisfação
- Produtos, Marcas e embalagens:
- Mercado e produto
- O cliente
- Conveniências do cliente
- 4Ps
- 4Cs
- 4As
- Perfil do consumidor
- Análise SWOT
- Orçamento publicitário
- **A contra-propaganda**

BIBLIOGRAFIA

CARVALHO, Nelly Rezende. Publicidade: a linguagem da sedução. **São Paulo: Ática, 1998.**

PREDEBON, José (org.). Propaganda: profissionais ensinam como se faz. **São Paulo: Atlas, 2000.**

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

RIBEIRO, Julio. (e outros) Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. **São Paulo: Atlas, 1989.**

Philip Kotler Administração de Marketing, **São Paulo: Atlas, 2000.**

COBRA, Marcos. Administração de Marketing. **São Paulo: Atlas, 2000.**

GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico. **São Paulo: Atlas, 2001.**

BENNETT, P. D. O Comportamento do Consumidor. **São Paulo: Atlas, 1995.**

GRACIOSO, Francisco. Marketing: o sucesso em 5 movimentos. **São Paulo: Atlas, 1998.**

GRUENWALD, G. Como Desenvolver e Lançar um Produto Novo no Mercado. **São Paulo: Makron Books, 1994.**

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing:** Conceito, exercícios, casos. 4. Ed.. **São Paulo: Atlas, 1997.**

3. LEGISLAÇÃO APLICADA À PUBLICIDADE

Carga horária total: 83h

EMENTA: Estudo da legislação voltada ao setor de Publicidade.

CONTEÚDOS:

- Lei da publicidade
- Direito comercial
- Direito do consumidor
- Constituição Federal
- Direito Civil:
 - Pessoas
 - Capacidade
 - Bens
 - Espécies de contrato
 - Responsabilidade contratual
- Direito Comercial:
 - Legislação

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

- Direito de Empresa – Lei n. 10.406 de 22/01/2002
- Direito Administrativo:
 - Administração direta e indireta
 - Lei de Responsabilidade Fiscal - A Lei 4320
 - Orçamento e licitação
- Direito Tributário: C.T.N.:
 - Responsabilidade civil e penal
 - Sujeitos da relação tributária
 - Tributos, Lei 123 (super simples)
- Direito Difuso:
 - Direito ambiental
 - Direito da criança e adolescente
 - Direito do idoso

BIBLIOGRAFIA

LOBO, Thomaz Thedim. **Introdução à nova lei de propriedade industrial lei n. 9.279/96**: São Paulo: Atlas, 1997. 173 p.

LUCCA, Newton de. **Direito do consumidor**: São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995. 189 p.

MARTINS, Fran. **Curso de direito comercial**: 27. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. 384 p.

4. MÍDIAS EM PUBLICIDADE

Carga horária total: 100h

EMENTA: Estudo da mídia e suas técnicas básicas de pesquisa, bem como sua utilização em publicidade.

CONTEÚDOS:

- Pesquisa de mídia
- Planejamento de mídia
- Meios interativos e mídias alternativas
- Operações de Mídia
- Mídia digital e publicidade *online*
- Mídia em redes sociais

BIBLIOGRAFIA

CARVALHO, Nelly Rezende. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 1998.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

CASTRO, Álvaro de. **Propaganda e mídia digital: a web como a grande mídia do presente**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo: Futura, 2000.

DALTO, Darlene. **Processo de criação**. São Paulo: Marco Zero, 1993.

KOCH, V. **A interação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 1992.

MANEY, K. **O futuro da megamídia**. São Paulo: Makron Books, 1997.

TAHARA, Mizuho. **Contato imediato com a mídia**. São Paulo: Summus, 1994.

RIES, Al., TROUT, Jack. **Posicionamento; como a mídia faz a sua cabeça**. São Paulo: Pioneira, 1993.

SCHWARTZ, T. **Mídia; o segundo Deus**. São Paulo: Summus, 1995.

5. PESQUISA E MÉTODO EM PUBLICIDADE

Carga horária total: 100h

EMENTA: Estudo dos métodos de pesquisa aplicados à Publicidade.

CONTEÚDOS:

- Metodologia da pesquisa
- Pesquisa de mercado
- Análise de mercado
- Metodologia de pesquisa de mercado
- Análise de demanda
- Potencial total/relativo/mercado por área
- Planos de amostragem
- Tipos de amostragem
- Pesquisa de percepção
- Análise de reclamação

BIBLIOGRAFIA

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Projeto de pesquisa: Propostas metodológicas**. Petrópolis: Vozes, 1991.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Mkt.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

RODRIGUES, Tui Martinho. PESQUISA ACADÊMICA: Como Facilitar o Processo de Preparação de suas Etapas. **Editora Atlas, 2007.**

6. PRODUÇÃO EM PUBLICIDADE

Carga horária total: 133h

EMENTA: Estudo dos fundamentos teóricos do planejamento de comunicação e propaganda e suas principais técnicas elaboração e execução.

CONTEÚDOS:

- Produção Gráfica e de materiais promocionais
- Produção Fotográfica
- Produção de Áudio
- Produção de TV e cinema
- Produção de Web
- Gestão empreendedora
- Simulação do dia a dia de uma agência de publicidade
- Briefing, desenvolvimento, criação e produção de uma campanha de comunicação de um cliente

BIBLIOGRAFIA

AMBROSIO, Vicente. **Plano de marketing passo a passo.** Rio de Janeiro: Reichman & Affonso, 1999.

BOONE, Louis E. KURTZ, David L. **Marketing contemporâneo.** Rio de Janeiro: LTC, 1998.

NICKELS, W. WOOD, M. **Marketing: relacionamentos, qualidade, valor.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

RICHERS, Raimar. **Segmentação.** São Paulo. Nobel, 1991.

VYAKARMAN, Shilendra. **Um plano de ação de marketing.** Rio de Janeiro: Infobook, 1996.

BARTHES, Ronald. **O óbvio e o obtuso.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

COSTA, Helouise & RODRIGUES, Renato. **A fotografia moderna no Brasil.** Rio de Janeiro: FUNARTE, 1995.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

PAIVA, Joaquim. **Olhares refletidos: entrevista com 25 fotógrafos brasileiros**. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

7. PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Carga horária total: 67h

EMENTA: Estudo de modelos de comportamento do consumidor e fatores influenciadores na decisão de compra e aquisição de novos produtos.

CONTEÚDOS:

- Comportamento do consumidor
- Perfil do consumidor
- Fatores culturais, sociais, pessoais, psicológicos
- Mudanças de idade de consumo
- O mercado de jovens – mulheres / terceira idade
- Necessidades e desejos
- Características do novo consumidor

BIBLIOGRAFIA

ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D. MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 1995.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

RIES, Al. TROUT, Jack. **Posicionamento**. São Paulo: Pioneira, 1993.

SCHIFFMAN, Leon G. KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

UNDERHILL, Paco. **Vamos às compras: a ciência do consumo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

8. RELAÇÕES INTERPESSOAIS

Carga horária total: 67h

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

EMENTA: Estudo das relações interpessoais no ambiente de trabalho e nas relações humanas.

CONTEÚDOS:

- Relações humanas – conceito
- O indivíduo em grupo
- Relacionamento interpessoal
- Relações humanas
- Aspectos de interação
- Ética
- Relações Públicas
- Comunicação
- Conflitos
- Tipos, estratégia para solução de conflitos
- Ética profissional e cidadania: Conceito e fundamentos
- Código de ética
- Valores de cidadania
- Regras de etiqueta
- Postura
- Higiene
- Apresentação pessoal

BIBLIOGRAFIA

APEL, K-Otto. **Estudos de Moral Moderna**. Trad. Benno Dischinger. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Trad. Mário da Gama Kury. 3. Ed. Brasília: UNB, 1992.

BADIOU, Alan. **Ética: um ensaio sobre a consciência do mal**. Trad. Antônio Trânsito e Ari Roitman. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Ética e Pós-Modernidade**. São Paulo: Paulus, 1997.

CHAUÍ, Marilena e outros. **Primeira Filosofia; lições introdutórias**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

DEMO, Pedro. **Conhecimento Moderno**. Petrópolis: Vozes, 1997.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

DUSSEL, Enrique. **Ética da libertação – na idade da globalização e da exclusão**. Petrópolis: Vozes, 2000.

FEIJÓ, Ateneia. **Sobe a cotação da ética**. Diga Lá, nº 13, pp. 22-27, março/abril 2000.

GAARDER, Jostein. **O Mundo de Sofia: romance da história da filosofia**. Trad. João A. Júnior. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

GALLO, Sílvio. (Coord). **Ética e Cidadania; caminhos da filosofia**. Campinas: Papirus, 1997.

LIPOVETSKY, G. **A Era do Vazio. Ensaio sobre o Individualismo Contemporâneo**. Trad. F. Gaspar e C. Gaspar. Lisboa: Dom Quixote.

LOPES, Maurício A. Ribeiro. **Ética e Administração Pública**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

OLIVEIRA, Manfredo Araújo de. **Ética e Economia**. São Paulo: Ática, 1997.

SOUZA, Hebert de. **Ética e Cidadania**. São Paulo: Moderna, 1996.

VÁSQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. Trad. João Dell'Anna. 15. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

CRIVELARO, Rafael; TAKAMORI, Jorge Yukio. **Dinâmica das Relações Interpessoais**. 1a. Edição. Nova Campinas: Alínea, 2005.

DEL PRETTE, Zilda A. Pereira; DEL PRETTE, Almir. **Psicologia Das Relações Interpessoais: Vivências Para o Trabalho em Grupo**. Petrópolis: Vozes, 2001.

9. TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO

Carga horária total: 133h

EMENTA: Os componentes essenciais da comunicação e desenvolvimento da capacidade de expressão oral e escrita, voltados a publicidade.

CONTEÚDOS:

- Aspectos gramaticais indispensáveis ao bom desempenho linguístico
- Linguagem oral e escrita/ coloquial e formal
- Coerência e coesão do texto
- Organização do discurso e do pensamento
- Gramática instrumental
- Redação técnica

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

- A linguagem dos meios de comunicação e informação
- Comunicação publicitária
- Objetivo da comunicação
- Mensagem publicitária
- Conteúdo da mensagem
- Estrutura da mensagem
- Formato da mensagem
- Fonte emissora da mensagem
- Canal de comunicação
- Ferramentas da comunicação
- Internet
- Comunicação digital
- Cybermarketing

BIBLIOGRAFIA

BELTRÃO, Odacir; BELTRÃO, Mariúsa. **Correspondência – linguagem & comunicação**. São Paulo: Atlas, 1998.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação empresarial**. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Correspondência – técnicas de redação criativa**. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Português instrumental**. São Paulo: Atlas, 2000.

NICOLA, José de; INFANTE, Ulisses. **Gramática contemporânea da língua portuguesa**. São Paulo: Scipione, 1997.

PEREIRA, Gil. C. **A palavra: expressão e criatividade**. São Paulo: Moderna, 1997.

ALMEIDA, Adalberto A. Fischmann & Martinho Isnard R. **Planejamento Estratégico na Prática**. São Paulo: Atlas, 1991.

BEHRENDTS, Frederico L. **Comércio Exterior**. 2 ed. Porto Alegre: Ortiz, 1995.

COBRA, Marcos. **Marketing Essencial**. São Paulo: Atlas, 1991.

DIAS, Sérgio Roberto. **Estratégia e Canais de Distribuição**. São Paulo: Atlas, 1993.

FERREIRA, Aramindo Leite. **Marketing para Pequenas Empresas Inovadoras**. Rio de Janeiro: Expertsbooks, 1995.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

GIGLIO, Ernesto. **O Comportamento do Consumidor e A Gerência de Marketing**. São Paulo: Pioneira, 1996.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

KOTLER, Philip. **Marketing**. Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing: Conceitos, Exercícios e Casos**. 2ed. São Paulo: Atlas, 1989.

LOBOS, Júlio. **Encantando o Cliente Externo e Interno**. São Paulo: J.Lobos, 1993.

COSTA, Nelson Eduardo Pereira. **Marketing Pessoal Imobiliário**, Ed. Ruy Barbosa, 1997.

COSTA, Nelson Eduardo Pereira da. **Marketing Imobiliário**. 1.ed. Goiânia: AB Editora, 2002.

RIES, All e Jack Trout, **Marketing de Guerra**, Coleção Eficácia Empresarial, de Mídia Associados e Mc Graw-Hill Simões, Roberto, **Iniciação ao Marketing**, Editora Atlas.