



HOMOLOGAÇÃO	
D.M. 27/10/00	
D.O.U. 31/10/00	Seção LE P.17
ATO: PM. 1734	27/10/00
D.O.U. 31/10/00	Seção LE P.14

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

INTERESSADO: Associação Princesa Isabel de Educação e Cultura		UF: SP
ASSUNTO: Reconhecimento do curso de Comunicação Social, bacharelado, com a habilitação Publicidade e Propaganda, ministrado pela Universidade Ibirapuera, com sede na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo.		
RELATOR(A): Arthur Roquete de Macedo		
PROCESSO(S) N°(S): 23000-016660/99-30		
PARECER N°: CNE/CES 895/2000	COLEGIADO: CES	APROVADO EM: 02/10/2000

II - VOTO DO RELATOR

Acolho o Relatório SESu/COSUP 603/2000 e voto favoravelmente ao reconhecimento unicamente para efeito de registro de diploma dos alunos formados até o ano de 1999, do curso de Comunicação Social, bacharelado, com a habilitação Publicidade e Propaganda, ministrado pela Universidade Ibirapuera, mantida pela Associação Princesa Isabel de Educação e Cultura, com sede na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo. Determino à Universidade que adote, imediatamente, as providências necessárias para sanear os problemas apontados pela Comissão de Avaliação, e solicite nova avaliação, no prazo máximo de doze meses.

Brasília(DF), 02 de outubro de 2000.

Conselheiro - Arthur Roquete de Macedo - Relator

III - DECISÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior aprova por unanimidade o voto do Relator.

Sala das Sessões, em 02 de outubro de 2000

Conselheiro Roberto Cláudio Frota Bezerra - Presidente

Conselheiro Arthur Roquete de Macedo - Vice-Presidente

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR
DEPARTAMENTO DE POLÍTICA DO ENSINO SUPERIOR
COORDENAÇÃO GERAL DE SUPERVISÃO DO ENSINO SUPERIOR

RELATÓRIO SESu/COSUP Nº 603 /2000

Processo nº : 23000.016660/99-30
Interessada : ASSOCIAÇÃO PRINCESA ISABEL DE EDUCAÇÃO E CULTURA
C.N.P.J. nº : 50.954.213/0001-20
Assunto : Reconhecimento do curso de Comunicação Social, com a habilitação Publicidade e Propaganda, bacharelado, ministrado pela Universidade Ibirapuera, com sede na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo.

I - HISTÓRICO

OMD
C.C.
G.

A Associação Princesa Isabel de Educação e Cultura solicitou a este Ministério o reconhecimento do curso de Comunicação Social, bacharelado, com a habilitação Publicidade e Propaganda, ministrado pela Universidade Ibirapuera, nos turnos diurno e noturno.

A Universidade Ibirapuera foi reconhecida pela Portaria Ministerial nº 1198, de 13 de agosto de 1992, nos termos do Parecer CFE nº 286/92.

O curso de Comunicação Social, com as habilitações Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, foi criado pela Resolução CONSUN nº 002, de 10 de maio de 1995. A oferta da habilitação Relações Públicas foi suspensa temporariamente pela Resolução CONSUN nº 007, de 26 de novembro de 1997.

Para avaliar as condições de oferta do curso, tendo em vista o seu reconhecimento, a SESu/MEC, mediante a Portaria nº 19, publicada no DOU de 10 de janeiro de 2000, designou Comissão de Avaliação, constituída pelos professores José Benedito Pinho, da Universidade Federal de Viçosa, Edson Fernandes, da Universidade de Guarulhos e o Técnico em Assuntos Educacionais Cássio Galli Sanchez, da Representação do Ministério da Educação no Estado de São Paulo.

Os trabalhos de avaliação foram realizados nos dias 30 e 31 de março de 2000, e a Comissão apresentou relatório favorável ao reconhecimento do curso de Comunicação Social, com a habilitação Publicidade e Propaganda, com 240 vagas totais anuais, no turno diurno, em regime anual, atribuindo o conceito global C às condições de sua oferta.

sl

II - MÉRITO

O curso de Comunicação Social, com a habilitação Publicidade e Propaganda, começou a ser ministrado pela Universidade Ibirapuera no ano letivo de 1996. Segundo a Comissão Avaliadora constatou, no período compreendido entre os anos de 1996 e 1999, ano de conclusão dos alunos da primeira turma, o curso apresentou sérias deficiências relacionadas à estrutura curricular, ao corpo docente, à definição do papel do egresso, aos laboratórios e estúdios, à distribuição do espaço físico, em especial à biblioteca e áreas de lazer.

Ao analisar o perfil do egresso, os Avaliadores consideraram que a Instituição enumerou:

um alentado conjunto de competências e de habilidades gerais e específicas desejadas para a formação do perfil do seu egresso, sem identificar de maneira clara as necessidades do mercado de trabalho e a maneira como o curso está capacitado a atender ou resolver estas necessidades com criatividade, competência e espírito crítico...

Ao avaliar a qualificação dos professores, a Comissão constatou que as disciplinas do tronco comum do currículo apresentaram menor proporção de docentes com doutoramento. Sugeriu que a Universidade, em curto prazo, procurasse adequar a proporção dos professores doutores entre as disciplinas do tronco comum e as da parte específica ou profissionalizante. A avaliação do regime de trabalho indicou baixo percentual de docentes com regime de tempo integral. A Comissão entendeu que a Universidade necessita estimular o aproveitamento do quadro docente, mediante a maior permanência dos professores na Instituição. No período de implantação da habilitação Publicidade e Propaganda (1996 a 1999), o curso teve o total de 37 docentes, dos quais apenas 17 foram considerados estáveis. A Comissão ainda informou que não foram constatados indicadores e nem incentivos institucionais ao aperfeiçoamento, à qualificação e atualização docente.

Quanto ao currículo implementado até 1999, a Comissão o classificou como bastante tradicional e deficiente, sendo teórico e generalista nos dois anos iniciais, prático e profissionalizante, nos dois anos finais. Observou, também, que as disciplinas do 4º ano do curso não obedeceram ao disposto na Resolução nº 02/84, a qual determina que os Projetos Experimentais sejam desenvolvidos no último semestre do curso, em caráter exclusivo. A disciplina Língua Portuguesa – Redação Publicitária, também não foi ministrada no último período do curso, como estabelece a legislação pertinente. A bibliografia mínima indicada para as disciplinas foi, em geral, mais adequada aos conteúdos do tronco-comum. A Comissão recomendou a indicação de títulos em língua inglesa e espanhola para as disciplinas profissionalizantes.

Quadro demonstrativo dos conceitos atribuídos pela Comissão de Avaliação ao projeto pedagógico do curso.

ITENS AVALIADOS	CONCEITOS
Estrutura Curricular	D
Corpo Docente	B
Biblioteca	C
Laboratórios	
Configuração dos Equipamentos	C
Espaço físico	C
Administração Acadêmica	D
Intra-estrutura física	B

Esta Secretaria recomenda ao Conselho Nacional de Educação determinar à Universidade que adote, imediatamente, as providências necessárias para adequar a oferta do curso aos padrões de qualidade da área. No prazo máximo de doze meses deverá solicitar nova avaliação, com a finalidade de verificar as condições de oferta do curso, com vistas ao seu reconhecimento.

Os documentos contidos no processo de reconhecimento do curso de Comunicação Social, com a habilitação Publicidade e Propaganda, ministrado pela Universidade Ibirapuera, foram analisados por esta Secretaria, conforme Informação COSUP/SESu nº 172/2000, de 07 de julho de 2000, que constatou não ter sido comprovada a regularidade relativa à Fazenda Federal, à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). A Mantenedora deixou de atender, portanto, às exigências contidas no inciso X do parágrafo 3º do Art. 1º da Portaria MEC nº 877/97.

Acompanham este relatório os anexos:

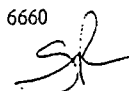
A - Síntese das informações do processo e do relatório da Comissão Avaliadora;

B - Corpo docente;

C - Currículo pleno do curso.

III – CONCLUSÃO

Tendo em vista que a Mantenedora não atendeu ao inciso X do parágrafo 3º do Art. 1º da Portaria MEC nº 877/97, e as deficiências na oferta do curso, apontadas pela Comissão de Avaliação, encaminhe-se o presente processo à Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, com indicação favorável ao reconhecimento unicamente para efeito de registro de diploma dos alunos formados até o ano de 1999, do curso de Comunicação



A Comissão Avaliadora constatou que a reestruturação curricular e pedagógica, em fase de implantação a partir do ano letivo de 2000, contém indicadores de qualidade, como seriação semestral, expansão dos laboratórios, aumento do número de equipamentos, entre outros.

Finalmente, os Avaliadores registraram no seu relatório que as instalações técnicas exigidas na Resolução nº 02/84 (laboratórios de: Redação, Planejamento Gráfico, Fotográfico, Rádio e Agência), estarão funcionando, apenas, no final do primeiro período letivo de 2000, conforme compromisso afirmado pelos dirigentes da Instituição. No encontro dos Avaliadores com os formandos da 1ª turma do curso, ficou constatado que os laboratórios e os estúdios, disponibilizados nos anos anteriores, eram extremamente precários e pouco eficientes. Os concluintes do curso informaram à Comissão que utilizaram recursos laboratoriais de terceiros para realização de seus trabalhos.

Os novos laboratórios, em fase de finalização, foram objeto das seguintes críticas por parte da Comissão:

o estúdio de TV e o de fotografia funcionam no mesmo espaço físico; o estúdio de TV deveria estar no térreo, para permitir a entrada de cenários, maquetes e objetos para a produção de filmes publicitários; não existem salas de observação nos estúdios de TV e Rádio; a relação ampliadores e tanques do laboratório de fotografia, versus número de alunos é escassa; o fundo infinito fixo ainda não foi construído; não existe acervo de músicas e efeitos sonoros de rádio em CD.

Outro aspecto enfatizado pela Comissão foi quanto ao número de vagas oferecidas. As vagas dobraram de 1997 para 1998, passando de 120 para 240 distribuídas em dois períodos, matutino e noturno. A relação candidato/vaga no processo de seleção é baixa, oscilando entre 1,17 a 1,55. As turmas no turno noturno são constituídas, em média, por 145 alunos, contra 35 alunos no matutino. Os percentuais de evasão, nos anos de 1997, 1998 e 1999, foram altos: 57,5%, 57,3% e 52,4%, respectivamente. Da primeira turma de alunos, iniciada em 1996 com 115 alunos, apenas 35 concluíram o curso em 1999.

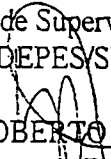
SR

Social, com a habilitação Publicidade e Propaganda, bacharelado, ministrado pela Universidade Ibirapuera, mantida pela Associação Princesa Isabel de Educação e Cultura, com sede na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo. Recomenda-se ao Conselho Nacional de Educação determinar à Universidade que adote, imediatamente, as providências necessárias para sanear os problemas apontados pela Comissão de Avaliação, e solicite nova avaliação, no prazo máximo de doze meses.

À consideração superior.

Brasília, 10 de julho de 2000.


SUSANA REGINA SALUM RANGEL
Coordenadora Geral de Supervisão do Ensino Superior
DEPES/SESu


LUIZ ROBERTO LIZA CURI
Diretor do Departamento de Política do Ensino Superior
DEPES/SESu

ANEXO A

SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES DO PROCESSO E DO RELATÓRIO DA COMISSÃO AVALIADORA

A.1 - DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

N.º do Processo: 23000.016660/99-30

Instituição: Universidade Ibirapuera, Avenida Iraí, 297 – Moema, São Paulo

Curso	Mantenedora	Total de vagas anuais	Turno(s) de funcionamento	Regime de matrícula	Carga horária total	Tempo mínimo de IC*	Tempo máximo de IC*
Comunicação Social, bacharelado, com as habilitação Publicidade e Propaganda	Associação Princesa Isabel de Educação e Cultura	240	Diurno e Noturno	Anual Semestral	2.840 h/a 3.260 h/a	04 anos	07 anos

* Integralização curricular

A.2 - CORPO DOCENTE

QUALIFICAÇÃO		
Titulação	Área do conhecimento	Totais
Doutores	Comunicação e Semiótica, Propaganda e Marketing, Letras, um docente sem indicação da área de concentração da titulação	04
Mestres	Comunicação Social (04), Administração de Empresas (02), História (02), Administração Pública (02), Geografia, Comunicação e Semiótica, Semiótica e Linguística, Língua Portuguesa, Antropologia (02)	16
Especialistas	Gestão da Qualidade, Teoria da Comunicação (02), Estudos Brasileiros, Gerência de Empresa, Gestão Publicitária	06
Graduados	Comunicação Social (mestrando em Comunicação e Educação)	01
TOTAL		27
Regime de Trabalho: 06 professores serão contratados em regime de trabalho de Tempo Integral, 05 em Tempo Parcial e 16 como horistas. Observou-se compatibilidade entre a formação docente e as disciplinas ministradas.		

A.3 - INFRA-ESTRUTURA FÍSICA, INSTRUMENTAL TECNOLÓGICO E DIDÁTICO-PEDAGÓGICO

INSTALAÇÕES FÍSICAS

As instalações físicas onde funciona o curso de Comunicação Social estão localizadas na Avenida Iraí, 297 – Moema, mas há outras localizadas em prédios situados nas imediações. As salas de aula apresentam boas condições de iluminação, ventilação e acústica. A sala para professores é coletiva e pequena. O acesso aos andares superiores do prédio é feito exclusivamente por escadas, tornando-se um grande obstáculo para portadores de deficiência física.

LABORATÓRIOS (Instalações e Equipamentos)

Os laboratórios e estúdios quando disponíveis serão de uso exclusivo do curso, com exceção do laboratório de Computação Gráfica, que também é utilizado por alunos de outros cursos. Os equipamentos foram adquiridos recentemente e alguns itens, ainda não foram adquiridos; portanto, foi solicitado à Instituição que firmasse termo de compromisso para cumprir um cronograma de instalação. Os laboratórios de Rádio, TV e Fotografia, no momento da visita, não estavam completamente montados. Por isto, a Comissão considerou apenas a política de utilização como proposta. A manutenção dos equipamentos é feita por empresas especializadas. O espaço físico é insuficiente nos Laboratórios de Fotografia e nos estúdios de TV e Fotografia que ocupam o mesmo espaço físico.

BIBLIOTECA

(acervo disponível, modernização operacional, instalações e gestão administrativa)

O acervo de livros para as disciplinas do curso é apenas razoável, faltando obras específicas de Publicidade e Propaganda, nos campos de planejamento, mídia, criação, redação. A IES deverá adquirir obras em línguas estrangeiras. O espaço da biblioteca é insuficiente, faltam salas de leitura e para estudo em grupo; não existe acesso direto ao acervo. Dispõe de 08 pontos de acesso à Internet e terminais de consulta.

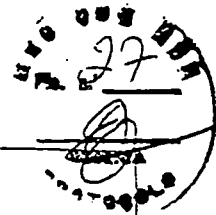
b.) Dados dos docentes do Curso (nome, titulação, área de concentração, regime de trabalho, data de admissão, etc)



NOME DO PROFESSOR	GRADUAÇÃO	ESPECIALIZAÇÃO	MESTRADO	DOUTORADO
1. Ana Maria Ramaglia Silveira	Bacharel em Comunicação Social, Anhembí Morumbi		Mestre em Comunicação Social Área de Concentração Comunicação e Educação, Universidade Anhembí Morumbi, 1999 (Dissertação: A Mulher Urbana Brasileira no Mercado de Trabalho Conforme as Revistas Claudia e Barbara)	
2. Antonio Carlos de Natale	Bacharel em Administração Faculdades Integradas Ibirapuera, 1991	Especialização em Gerência Financeira, UNIB 1993	Mestre em Administração de empresas Área de Concentração Finanças na Universidade Mackenzie, 1999 (Dissertação: A Administração das Disponibilidades Financeiras pelas Pequenas Indústrias das Zonas Sul e Oeste da Cidade de São Paulo)	
3. Antonio Carlos Tonini	Bacharel em Ciências Econômicas, Universidade de São Paulo 1976	Especialista em Gestão da Qualidade e Produtividade, Universidade Ibirapuera 1996		
4. Bras Ciro Gallotta	Bacharel em História, PUC 1991		Mestre em História, PUC 1997 (Dissertação: o Parafuso: Humor e Crítica na Imprensa Paulistana 1915 - 1921)	



5. Carlos Eduardo Frucci	Bacharel em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Anhembi 1977		Mestre em Comunicação e Educação, Universidade Anhembi Morumbi	
6. Cláudia Souza Passador	Bacharel em Comunicação Social, Instituto Metodista de Ensino Superior, 1991 - Bacharel em Ciências Sociais, USP 1990		Mestre em Administração Pública e Governo, FGV 1998 (Dissertação: Política e Mídia. A Forma da Política Contemporânea Enquanto "Sistema do Estrelato" e o Surgimento do Marketing Político Neste Processo)	Doutoranda em Estado Sociedade e Educação Faculdade de Educação da USP
7. Cynthia Menezes Mello	Tecnólogo em Hotelaria, Faculdade de Tecnologia Hebraico Brasileira Renascença, 1986	Especialista em Teoria da Comunicação, Faculdade de Comunicação Cásper Libero, 1996	Mestrando em Relações Públicas, Propaganda e Turismo, ECA USP	
8. Flavia Ulian	Bacharel em Geografia, USP 1993		Mestre em Ciências Área de Concentração Geografia Humana, Departamento de Geografia da USP 1999 (Dissertação: Transporte e Cidadania na Cidade de São Paulo Inserção e Exclusão no Espaço Urbano)	
9. Jane Abrahão Marinho	Graduada em Psicologia, FMU 1980		Mestre em Administração Pública e Governo, FGV 1997 (Dissertação: "Funcionários Públicos de Nível Médio na Administração do Município de São Paulo. Uma	



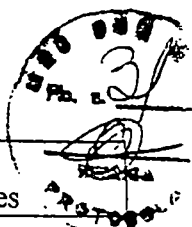
			Pesquisa Exploratória")	
10. Joao Elias Nery	Bacharel em Comunicação Social, Faculdade Anhembi Morumbi, 1985		Mestre em Comunicação Social (Teoria e Ensino da Comunicação), Metodista, 1993 (Dissertação: Graúna e Re Bordosa o Humor Gráfico nos Anos 70 e 80)	Doutor em Comunicação e Semiótica (Semiótica da Cultura), PUC SP 1998 (Tese: Charge e Caricatura na Formação de Imagens Públicas)
11. Luis Fernando Ferreira de Araujo	Bacharel em Comunicação Social, FIAM 1984	Especialista em Gramática da Língua Portuguesa, Faculdade Santana, 1988 - Teoria da Comunicação, Fundação Casper Líbero, 1994	Mestre em Comunicação, Fundação Casper Líbero, 1997 (Dissertação: Da Telenovela ao Conto: uma Metalinguagem? Uma Leitura Intersemiótica)	
12. Luizir de Oliveira	Bacharel em Ciências Econômicas, PUC SP 1991		Mestre em História da Filosofia Antiga, PUC SP 1998 (Dissertação: Sêneca, a vida na obra: Uma Introdução à Noção de Vontade nas Epístolas a Lucílio)	Doutorando em História da Filosofia na Universidade de São Paulo
13. Marcos Bacarelli Rennar	Bacharel em Comunicação Social, Faculdade Casper Líbero, 1986	Especialista em Teoria da Comunicação, Fundação Casper Líbero, 1989	Mestrando em Comunicação (Comunicação Comparada), Faculdade Casper Líbero	
14. Maria Cristina Pinto Gattai	Bacharel em Psicologia, Instituto Unificado Paulista, 1981		Mestre em Ciências Área de Concentração, Comunicação USP 1995	Ciências da Comunicação, ECA/USP em andamento
15. Maria do Carmo Cardoso Sampaio	Licenciada em Língua e Literatura Portuguesa, PUC SP 1979		Mestre em Comunicação e Semiótica, PUC SP 1987 (Dissertação: O ensino de Redação - Leitura à margem da	



			instituição ou a Criação Textual como Terapia)	
16. Maria Jose Guerra Figueiredo Garcia	Bacharel em Letras, USP 1990 - Licenciatura em Ciências Sociais, PUC		Mestre em Semiótica e Lingüística, USP 1995 (Dissertação: Semiótica e Sociossemiótica - Elementos para uma Gramática Macrossocial)	Doutora em Semiótica e Lingüística USP 2000
17. Maria Regina Adoglio Netto		Especialista em Educação, Universidade de Londres, Inglaterra, 1973	Mestre em Ciências Área de Concentração em Comunicação Social, FSPESP, 1976	Doutora em Ciências, Área de Concentração (Tese: Mídia Eleitoral, Propaganda e Marketing Político)
18. Rosane Naira Arrighi Czarnobai	Bacharel em Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul 1977		Mestre em Língua Portuguesa, PUC SP 1997 (Dissertação: Regime de Sociabilidade: "O Leitor e Seu Jornal")	
19. Sandoval Cavalcante	Licenciado em História, Faculdades Associadas do Ipiranga 1988	Especialista em Estudos Brasileiros, Universidade Mackenzie 1989		
20. Sandra Lucia Goulart	Bacharel em Ciências Sociais, USP 1990		Mestre em Antropologia Social, USP, 1996 (Dissertação: As Raízes Culturais do Santo Daime)	
21. Tadeu Zaccarelli Tavares	Bacharel em Ciências Econômicas, PUC SP 1985	Especialista em Gerência de Empresa, 1993 - Gerência de Marketing, 1994 e Gerência de Recursos Humanos, 1997, Universidade Ibirapuera	Mestrando - Programa de Integração da América Latina - USP 1999	



22. Ubirajara Damasceno da Motta	Bacharel em Desenho Industrial, Fundação Armando Alvares Penteado, 1975		Mestre em Comunicação Social, Instituto Metodista de Ensino Superior, 1986 (Dissertação: Jornegro: Um Projeto de Comunicação Afro Brasileira São Paulo 1978)	Doutorando em Comunicações e Artes Escola de Comunicação e Arte da USP
23. Ubirajara Jachinoski	Engenheiro Industrial Química, PUC SP, 1969		Mestre em Administração, PUC SP 1998 (Dissertação: Marketing Estratégico, nas Unidades de Extensão de Universidades Privadas)	
24. Willian Spinola Silveira	Bacharel em Publicidade e Propaganda, Faculdade Anhembí Morumbi	Especialista em Gestão Publicitária e Mercadológica ESPM 1998		
25. Yara Soubihe de Pinho	Bacharel em Ciências Sociais USP 1962		Mestre em Antropologia, USP 1964 (Dissertação: Posição da Mulher negra Brasileira) - mestranda em comunicação na Faculdade Casper Libero	
26. Tania Marcia Cezar Hoff	Bacharel em Letras, Habilitação Tradutor e Intérprete, Faculdade Ibero Americana, 1984	Especialista em Estudos Brasileiros, Universidade Mackenzie, 1985 -	Mestre em Artes, Área de Teatro, USP 1993 (Dissertação: Duas Electras Brasileiras - O Estudo da Retomada do mito de electra em Hermilo Borba Filho e Nelson Rodrigues)	Doutora em Letras Área de Concentração Filologia e Língua Portuguesa, FFLCH USP 1999 (Tese: O argumento emocional na publicidade - O Estudo da persuasão na publicidade)



Itens	Adequação	Aproximado	Inadequado	Não há indicações
Adequação para a área de atuação	23	-	03	-
Experiência docente	26	-	-	-
Experiência Profissional	04	-	-	-
Proporção docente número de disciplinas a ministrar	23/30	-	-	-

Adequação de professores às disciplinas de Comunicação Social.

NOME DO PROFESSOR	TITULAÇÃO	DISCIPLINA	TRONCO
1. Ana Maria Ramaglia Silveira	Mestre	Ética e Legislação Publicitária - PR.Vend.Merchand. - TCC	Específica
2. Antonio Carlos de Natale	Mestre	Estatística Aplicada a Publicidade e Propaganda	Comum
3. Antonio Carlos Tonini	Mestrando	Teoria Geral de Sistemas	Comum
4. Bras Ciro Gallotta	Mestre	História da Arte e da Comunicação	Específica
5. Carlos Eduardo Frucci	Especialista	Laboratório de Comunicação e Turismo - TCC	Específica
6. Claudia Souza Passador	Doutoranda	Realidade Socio Econômica e Política Brasileira	Comum
7. Cynthia Menezes Mello	Especialista	Teoria e Política da Comunicação	Específica
8. Flavia Ulian	Mestre	Geografia Econômica	Comum
9. Jane Abrahão Marinho	Mestre	Estética e Comunicação de Massa	Específica
10. João Elias Nery	Doutor	Comunicação Comunitária e Comparada	Específica
11. Luis Fernando Ferreira de Araújo	Mestre	Teoria e Política da Comunicação	Específica
12. Luizir de Oliveira	Doutorando	Filosofia e Ética	Comum
13. Marcos Bacarelli Rennar	Mestrando	Produção Publicitária em Rádio TV-Planejamento em Comunicação-Realidade Socio Econ.Polit. Brasileiro	Específica
14. Maria Cristina Pinto Gattai	Doutorando	Psicologia Aplicada a Comunicação	Comum
15. Maria do Carmo Cardoso Sampaio	Mestre	Mercadologia	Específica
16. Maria Jose Guerra Figueiredo Garcia	Doutorando	Língua Portuguesa II e III - TCC	Comum
17. Maria Regina Adoglio Netto	Doutora	COORDENADORA DO DEPARTAMENTO	Específica
18. Rosane Naira Arighi Czarnobai	Mestre	Língua Portuguesa I	Comum
19. Sandoval Cavalcante	Mestrando	Filosofia e Ética	Comum
20. Sandra Lucia Goulart	Mestre	Sociologia Geral e da Comunicação	Comum
21. Tadeu Zaccarelli Tavares	Mestrando	Economia	Comum
22. Ubirajara Damasceno da	Doutorando	Laboratório Agência de	Específica

Motta		Propaganda - Administracao em Publicidade e Propaganda	
23. Ubirajara Pessin Jachinoski	Mestre	Supervisao de Estagios	Especificas
24. Willian Spinola Silveira	Especialista	Midia - TCC	Especificas
25. Yara Soubihe de Pinho	Mestre	Cultura Brasileira - Antropologia Cultural	Comum
26. Tania Marcia Cezar Hoff	Doutor	Lingua Portuguesa	Comum
27. Sergio Claudio de Franceschi Lima	Doutor	Orientacao de Projetos Experimentais	Especificas

Conceito:

☐ A
 ☒ B
 ☐ C
 ☐ D
 ☐ E

Justificativa do Conceito:

O exame do curriculo e documentação dos docentes revela a inadequação dos Professores Jane Abrahão (para Estética e Comunicação de Massa), Maria do Carmo (para Mercadologia) e Ubirajara Motta (para Administração de Publicidade e Propaganda), que devem ser substituidos para melhor desempenho acadêmico.

Crerios de avaliaão

Conceito A : 4 itens com conceito adequado

Conceito B : 3 itens com conceito adequado ou 4 itens com conceito aproximado

Conceito C : 2 itens com conceito adequado ou 3 itens com conceito aproximado

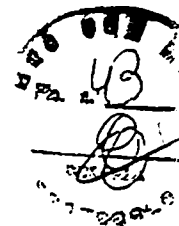
Conceito D : abaixo das anteriores.

6 - Dedicao e regime de trabalho do corpo docente

A ☐ ☐ IES

Tabela Resumo de Regime de Trabalho dos Docentes Contratados (situao atual)

	Qtde.	% da Area	Troco comum		Parte especifica	
			Qtde.	% da Area	Qtde.	% da Area
DE						
Tempo integral (40 h)						
Tempo parcial (acima de 20 h)						
Horista	10-20 h					
	0-10 h					
Outros						
Total						

**10 - Estrutura Curricular**

A□□IES

Apresentar a grade curricular do curso, as ementas das disciplinas, a bibliografia efetivamente adotada para cada disciplina, os pré-requisitos, a carga horária, e as necessidades de laboratório.

a.) Grade Curricular do Curso

Legenda:

AT/S - Aula teórica por semana

AP/S - Aula prática por semana

CHS - Carga horária por semana

CHT - Carga horária total

1º ano

CÓDIGO	SIGLA	DISCIPLINA	AT/S	AP/S	CHS	CHT
1293	FIL	Filosofia e Lógica	02	00	02	68
1294	SGC	Sociologia Geral e da Comunicação	02	00	02	68
1295	LPO-1	Língua Portuguesa I	02	00	02	68
1296	RSP	Realidade Sócio - Econômica e Política Brasileira	02	00	02	68
1297	TPC	Teoria e Política da Comunicação	04	00	04	136
1298	CBA	Cultura Brasileira e Antropologia Cultural	02	00	02	68
1299	CCC	Comunicação Comunitária e Comparada	04	00	04	136
1300	GEC	Geografia Econômica	02	00	02	68
		Total	20	00	20	680

2º ANO

CÓDIGO	SIGLA	DISCIPLINA	AT/S	AP/S	CHS	CHT
1301	LPO-2	Língua Portuguesa II	04	00	04	136
1302	PCO	Planejamento em Comunicação	02	00	02	68
1303	ECO	Economia	02	00	02	68
1304	PAC	Psicologia Aplicada à Comunicação	02	00	02	68
1305	HAC	História da Arte e da Comunicação	02	00	02	68
1306	INA	Informática Aplicada	00	04	04	136
1307	TGS	Teoria Geral de Sistemas	02	00	02	68
1308	ECM	Estética e Comunicação de Massa	02	00	02	68
		Total	16	04	20	680

3º ANO

CODIGO	SIGLA	DISCIPLINA	AT/S	AP/S	CHS	CHT
1309	MID	Mídia	02	02	04	136
1310	LPO-3	Língua Portuguesa III	00	04	04	136
1311	TMP	Teoria e Metodologia de Pesquisa em Comunicação	02	00	02	68
1312	MER	Mercadologia	02	00	02	68
1313	PRG-1	Produção Gráfica I	00	04	04	136
1314	RTC-1	Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema I	00	04	04	136
		Total	06	14	20	680

4º ANO

CODIGO	SIGLA	DISCIPLINA	AT/S	AP/S	CHS	CHT
1315	PEX	Projetos Experimentais	00	08	08	272
1316	SIC	Sistema Internacional de Comunicação	00	02	02	68
1317	PCA	Planejamento de Campanha	00	02	02	68
1318	ELP	Ética e Legislação Publicitária	02	00	02	68
1319	PRG-2	Produção Gráfica II*	00	02	02	68
1320	RTC-2	Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema II	00	04	04	136
		Administração em Publicidade e Propaganda	00	02	02	68
		Estatística**		02	02	68
		Total	02	18	20	680

Aluno deverá fazer: TCC - Trabalho de Conclusão de Curso - é obrigatória a entrega de uma monografia orientada por um dos Professores do Curso, e esta será defendida em banca composta de três professores, sendo um deles o orientador. Corresponde a 120 horas/aula. As normas e regras para implantação e funcionamento do TCC são as seguintes:

b.) Normas Projeto Experimental/Trabalho de Conclusão de Curso

O Projeto Experimental é uma obrigação acadêmica necessária para a obtenção do diploma de conclusão e consequentemente a graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Ibirapuera.

Tem como finalidade a operacionalização – teórica e prática – dos conhecimentos adquiridos pelos alunos durante sua passagem pela Universidade. Consiste na realização de um projeto completo para a solução de problema real na área profissional do aluno, conforme diretrizes, condições, prazos e detalhamentos consignados nestas normas.

1º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Língua Portuguesa I (Redação e Expressão Oral)	02	20	40
		Teoria da Comunicação I (Intr.)	02	20	40
		Introdução à Propaganda I	02	20	40
		Criação Visual I (Intr.)	02	20	40
		Fotografia I (Foto Publicitária)	02	20	40
		Realidade Sócio Econômica e Política Brasileira I	02	20	40
		Sociologia Geral e da Comunicação	02	20	40
		Filosofia I (Lógica)	02	20	40
		Informática I (Intr.)	02	20	40
		Total	18	20	360

2º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Língua Portuguesa II (Redação e Expressão Oral)	02	20	40
		Teoria da Comunicação II (Semiótica)	02	20	40
		Introdução à Propaganda II	02	20	40
		Criação Visual II (Linguagem Publicitária)	02	20	40
		Fotografia II (Foto Digital)	02	20	40
		Realidade Sócio Econômica e Política Brasileira	02	20	40
		Sociologia Geral e da Comunicação II	02	20	40
		Filosofia II (Ética)	02	20	40
		Informática II (Multimídia)	02	20	40
		Total	18	20	360

3º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Língua Portuguesa III (Redação Publicitária)	02	20	40
		Planejamento em Comunicação I	02	20	40
		Economia I (Intr.)	02	20	40
		Psicologia I (Aplicada à Comunicação)	02	20	40
		Arte e Comunicação – Imagem e Som I	04	20	80
		Informática III Sistemas de Comunicação Aplicada	02	20	40
		Estética e Comunicação de Massa I	02	20	40
		Prática Profissional – Laboratório I	02	20	40
		Total	18	20	360

4º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Língua Portuguesa IV (Redação Publicitária)	02	20	40
		Planejamento em Comunicação II	02	20	40
		Economia II (Política Internacional)	02	20	40
		Psicologia II (do Consumidor)	02	20	40
		Arte e Comunicação – Imagem e Som II	04	20	80
		Informática IV (Mídia Digital)	02	20	40
		Estética e Comunicação de Massa II	02	20	40
		Prática Profissional – Laboratório II	02	20	40
		Total	18	20	360

5º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Mídia I	02	20	40
		Língua Portuguesa V (Redação Publicitária)	02	20	40
		Teoria e Métodos de Pesquisa em Comunicação I	02	20	40
		Mercadologia I	02	20	40

		Produção Gráfica I	02	20	40
		Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema I	04	20	80
		Projeto Experimental I	04	20	80
		Prática Profissional – Laboratório III	02	20	40
		Total	20	20	400

6º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Mídia II	02	20	40
		Língua Portuguesa VI (Redação Publicitária)	02	20	40
		Teoria e Métodos de Pesquisa em Comunicação II	02	20	40
		Mercadologia II	02	20	40
		Produção Gráfica II	02	20	40
		Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema II	04	20	80
		Projeto Experimental II	04	20	80
		Prática Profissional – Laboratório IV	02	20	40
		Total	20	20	400

7º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Administração em Publicidade e Propaganda I	02	20	40
		Planejamento de Campanha I	02	20	40
		Estatística Aplicada à Publicidade e Propaganda I	02	20	40
		Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema III	04	20	80
		Projeto Experimental III	04	20	80
		Promoção de Vendas e Merchandising I	02	20	40
		Legislação I	02	20	40
		Total	18	20	360

8º SEMESTRE

COD.	SIGLA	DISCIPLINA	AULAS	SEMANAS	CARGA HORÁRIA
		Administração em Publicidade e Propaganda II	02	20	40
		Planejamento de Campanha II	02	20	40
		Estatística Aplicada á Publicidade e Propaganda II	02	20	40
		Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema IV	04	20	80
		Projeto Experimental IV	04	20	80
		Promoção de Vendas e Merchandising II	02	20	40
		Legislação II	02	20	40
		Total	18	20	360

Carga Horária Total do Curso:	c.) 2960 horas/aula
Estágio Supervisionado:	300 horas/aula
Total do Curso:	3260 horas/aula

BOM MEC

Avaliar o currículo do curso quanto a:

- adequação do currículo aos objetivos propostos para o curso
- matérias essenciais para formação básica e específica
- dimensionamento da carga horária
- disciplinas de caráter geral e formação humanística
- coerência da estrutura curricular
- adequação da bibliografia

Conceito:

A	B	C	D	E
☐	☐	☐	☒	☐