

## Normas de Estágio Curricular Não Obrigatório Remunerado

Instituto de Ciências Humanas Letras e Artes - ICHLA

- Curso Técnico em Publicidade -

### Descrição do Curso:

O Curso Técnico em Publicidade está formatado em três Módulos, sendo que cada Módulo possui 320 horas, e o Curso tem a carga-horária total de 960 horas.

São áreas pertinentes a publicidade e propaganda e abordadas no curso: Criação (Arte e comunicação visual e Redação Publicitária), Mídia, Produção (Gráfica e Eletrônica), Atendimento, Pesquisa, e Planejamento Mercadológico.

O Curso auxilia nas etapas de criação, elaboração e planejamento de projetos de comunicação impressos e eletrônicos, voltados para mídia, incluindo concepção de marcas, produtos e serviços. Realiza pesquisa, sob demanda dos profissionais responsáveis por projetos de comunicação, na prospecção de imagens, linguagens e outros recursos que subsidiam o processo produtivo da área.

### Objetivos do Curso:

O curso objetiva capacitar o aluno a exercer funções técnicas nos serviços de publicidade e propaganda, demandada pelos mercados seja como profissional de agência publicitária, fornecedor, de veículo de comunicação, empresas públicas ou privadas, ou profissional técnico liberal.

### Objetivos do Estágio:

- Unir a teoria adquirida nas disciplinas do curso com a prática profissional realizada no estágio;
- Vivenciar a prática através do trabalho cotidiano;

- Aplicar os conhecimentos adquiridos nas disciplinas do curso técnico em publicidade;
- Aumentar o interesse do aluno pela realidade da Publicidade apresentada no mercado.

#### **Critérios:**

**Módulo I** – O aluno pode desenvolver trabalhos mais burocráticos e aliados à teoria. Pode auxiliar, com supervisão, no desenvolvimento de trabalhos ligados à criação.

**Módulo II** – O aluno pode auxiliar, com supervisão, na criação de textos publicitários, criação de layouts e no desenvolvimento de planejamento em comunicação.

**Módulo III** – O aluno, sob supervisão, tem condições de desenvolver trabalhos na área de criação impressa e eletrônica, produção gráfica e eletrônica, atendimento e planejamento em comunicação.

#### **Profissionais que podem supervisionar o estágio nas empresas:**

- Profissionais de Agências de Publicidade e Propaganda;
- Profissionais de Marketing e Comunicação;
- Responsáveis pelo Departamento de Marketing e Comunicação em empresas;
- Profissionais de Fornecedores;
- Profissionais de Veículos de Comunicação.

#### **Normas relacionadas à estágio do conselho profissional, sindicato, etc...**

As leis que orientam o estágio na área são as leis que regem os estágios de maneira geral.

As informações abaixo são fornecidas pela Fenapro (Federação Nacional de Agências de Propaganda)

- Lei n.º 6.494 de 07/12/1977 (estagiários)

Dispõe sobre os estágios de estudantes de estabelecimento de ensino superior e ensino profissionalizante do 2º Grau e Supletivo e dá outras providências.

- Decreto n.º 87.497 de 18/08/1982 (estagiários)

Regulamenta a Lei nº 6.494, de 07 de dezembro de 1977, que dispõe sobre os estágios de estudantes de estabelecimentos de ensino superior e de 2º grau regular e supletivo, nos limites que especifica e dá outras providências.

- Lei n.º 8.859 de 23/03/1994 (estagiários)

Modifica dispositivos da Lei nº 6.494, de 7 de dezembro de 1977, estendendo aos alunos de ensino especial o direito à participação em atividades de estágio.

#### Áreas de Atuação:

- Agências de Publicidade e Propaganda;
- Setor gráfico, rádio e televisão (veículos de comunicação);
- Produtoras de áudio e vídeo;
- Editoras;
- Empresas públicas e privadas.

Novo Hamburgo, 01 de abril de 2011.

Prof.º João Fernando Munhoz Júnior  
Coordenador do Curso Técnico em Publicidade