



Ata da 6ª Reunião Extraordinária do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda e do Núcleo Docente Estruturante – NDE do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia.

1 **Aos dez dias do mês de setembro de dois mil e vinte e cinco**, às 14 horas 21 minutos,
2 reuniram-se por videoconferência, em caráter extraordinário, os membros do Colegiado do
3 curso de Publicidade e Propaganda e do NDE do curso de Publicidade e Propaganda sob a
4 condução do Coordenador do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda, Professor
5 Ricardo de Jesus Machado, que conduziu a reunião com a presença dos que se seguem:
6 Professora Aline de Caldas Costa dos Santos, Professor Max Freitas Bittencourt, Professor
7 Cícero Félix de Sousa, membros do colegiado e do NDE do curso, Professor Nelson Soares
8 Pereira Junior, membro do NDE, o representante dos técnicos administrativos em educação no
9 Colegiado de Publicidade e Propaganda, Levi José Rodrigues e o representante dos estudantes
10 no colegiado do curso de Publicidade e Propaganda, Matheus Pereira Dias. Participaram como
11 convidados Professor Francisco Cleiton Alves e a estudante Maria Clara Ribeiro Carinhanha.
12 Foram tratar dos seguintes pontos de pauta: **1. Recomposição Docente do NDE; 2. Definição**
13 **do Perfil das Vagas de concurso docente em PP.** O Coordenador do Colegiado do curso de
14 Publicidade e Propaganda, Professor Ricardo de Jesus Machado, iniciou a reunião
15 cumprimentando a todos e chamou o ponto de pauta **1. Recomposição Docente do NDE**, o
16 professor Ricardo de Jesus Machado declinou do cargo de vice-presidente do NDE do curso de
17 Publicidade e Propaganda, colocado em regime de votação e aprovado por unanimidade. A
18 professora Aline de Caldas Costa dos Santos se candidatou ao cargo de Presidente do Núcleo
19 Docente Estruturante do curso de Publicidade e Propaganda, colocado em regime de votação e
20 aprovado por unanimidade. Em seguida, chamou a pauta **2. Definição do Perfil das Vagas de**
21 **concurso docente em PP**, após deliberação dos membros, o perfil de vaga 3 foi aprovado com
22 4 votos a favor e 1 voto contra com a seguinte titulação: Graduação em Comunicação Social
23 com habilitação em PP ou Jornalismo ou Relações Públicas ou graduação em PP ou graduação
24 em Jornalismo ou graduação em Relações Públicas ou graduação em Cinema ou graduação em
25 Rádio e TV com Mestrado em Comunicação ou áreas afins. Foi aprovado o seguinte perfil de
26 vaga:



PERFIL DE VAGAS PARA CONCURSO PP

VAGA 1

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em PP ou Graduação em PP com Mestrado em Comunicação ou áreas afins

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Comunicação Organizacional (Teórico [45] – 3º Semestre)
- Atendimento e Planejamento em PP (Teórico [45] – 4º Semestre)
- Comportamento do Consumidor (Teórico [45] – 4º Semestre)
- Produção de Vendas Merchadising (Teórico [45] – 7º Semestre)
- Legislação Publicitária (Teórico [45] – 7º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. Estratégias de Pesquisa Aplicadas ao Planejamento de Mídia: territórios, ferramentas e market share;
2. Ferramentas de gestão e avaliação de relacionamento com públicos estratégicos em meios tradicionais e em ambiente digital;
3. Ferramentas de Design Thinking e a metodologia de personas aplicadas ao planejamento estratégico de marcas.
4. Merchandising editorial na perspectiva da televisão aberta e streaming no Brasil
5. Promoções de vendas e design na produção na gestão estratégica de marcas
6. Gerenciamento de crise nas organizações: comunicação estratégica com os diferentes stakeholders;
7. Desinformação, algoritmos e legislação publicitária para internet
8. Comportamento do consumidor, análise de dados e métricas em comunicação digital



VAGA 2

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em PP ou Jornalismo ou Relações Públicas ou graduação em PP ou graduação em Jornalismo ou graduação em Relações Públicas com Mestrado em Comunicação ou áreas afins.

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Economia Criativa (Teórico [45] – 3º Semestre)
- Pesquisa de Mercado (Teórico [45] – 5º Semestre)
- Mídia e Estudo dos Meios (Teórico [45] – 6º Semestre)
- Criação e Gestão de Projetos Culturais (Teórico [45] – 6º Semestre)
- Planejamento de Mídia (Teórico [45] – 7º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. Implicações sociais do desenvolvimento dos meios de comunicação: impresso, rádio, cinema, televisão, internet;
2. Estratégias de Pesquisa Aplicadas ao Planejamento de Mídia: territórios, ferramentas e market share;
3. Técnicas de produção de conteúdo editorial para promoção de marcas em produções impressas e digitais;
4. Tendências contemporâneas em cultura digital: materialidade das mídias, midiatização e teoria do ator-rede;
5. Metodologias netnográficas como ferramenta para o desenvolvimento de planejamento de mídia para os meios digitais;
6. Inteligência Artificial e as reconfigurações do Planejamento de Mídia;
7. Leis e Incentivo à Cultura em perspectiva com a criação e gestão de projetos culturais;
8. Identificação, identidade, território e projetos culturais;



VAGA 3

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em PP ou Jornalismo ou Relações Públicas ou graduação em PP ou graduação em Jornalismo ou graduação em Relações Públicas ou graduação em Cinema ou graduação em Rádio e TV com Mestrado em Comunicação ou áreas afins.

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Criação Publicitária Sonora (Prático [23 + 23] – 5º Semestre)
- Produção Publicitária Sonora (Prático [23 + 23] – 6º Semestre)
- Empreendedorismo em Produtos e Conteúdos de Comunicação (Teórico [45] – 4º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. A produção sonora e o cenário de convergência dos meios;
2. Processos de criação, registro e edição sonora;
3. Elementos sonoros da linguagem radiofônica nas múltiplas plataformas: do rádio ao podcast;
4. Produção sonora: branding sonoro ou audio branding ou sound branding;
5. Os gêneros radiofônicos: jornalístico, publicitário, esportivo, musical etc...;
6. Criação radiofônica: ritmo, efeitos sonoros, conteúdo, performance etc;
7. Vantagens e limitações da produção de mensagens publicitárias sonoras para o rádio
8. Trabalho remoto, globalização da comunicação e novos arranjos profissionais em comunicação e publicidade



VAGA 4

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em PP ou Graduação em PP com Mestrado em Comunicação ou áreas afins

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Fundamentos da Publicidade e Propaganda (Teórico [45] – 1º Semestre)
- Redação Publicitária II (Prático [23 + 23] – 4º Semestre)
- Redação Publicitária III (Prático [23 + 23] – 5º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. Elementos e características do texto publicitário e as especificidades dos meios;
2. A relação entre texto e imagem na redação publicitária;
3. O conceito criativo, naming e a unidade de campanha;
4. Evolução histórica da linguagem publicitária;
5. Criação e redação para conteúdos transmídia na comunicação estratégica de marcas;
6. A linguagem publicitária e seus variados suportes de divulgação
7. Estética e linguagem publicitária
8. Ética e Inteligência Artificial na redação publicitária

ENCARGOS PARA POSSÍVEL REMANEJO INTERNO

- Psicologia (Teórico [45] – 2º Semestre)
- Redação Publicitária I (Prático [23 + 23] – 3º Semestre)
- Comunicação e Política (Teórico [45] – 3º Semestre)

30 colocado em regime de votação e aprovado por unanimidade. O componente curricular História
31 Social dos Meios de Comunicação passa a ser encargo da professora Aline de Caldas Costa dos
32 Santos; O componente curricular Marketing II passa a ser encargo do professor Ricardo de
33 Jesus Machado. Todas as decisões do NDE foram colocadas em regime de votação e aprovadas
34 por unanimidade pelo Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda. Às 16 horas e 54
35 minutos, encerrou-se a reunião extraordinária do Colegiado do curso de Publicidade e
36 Propaganda e do Núcleo Docente Estruturante do curso de Publicidade e Propaganda do Centro
37 Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia e, nada
38 mais havendo a ser registrado, eu, Larissa Barros Ribeiro, lavrei a presente ata, que segue
39 assinada por mim e todos os presentes. Ata aprovada pelo Colegiado do curso de Publicidade e
40 Propaganda e Núcleo Docente Estruturante do curso de Publicidade e Propaganda do Centro
41 Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia na
42 reunião extraordinária, no dia 10 de setembro de 2025.
43



ATA Nº 83/2025 - CMSMV (11.01.18.01)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 10/09/2025 21:44)
ALINE DE CALDAS COSTA DOS SANTOS
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
CMSTMV (11.01.18.01)
Matrícula: ####668#3

(Assinado digitalmente em 10/09/2025 19:23)
CICERO FELIX DE SOUSA
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
CMSTMV (11.01.18.01)
Matrícula: ####021#7

(Assinado digitalmente em 10/09/2025 19:18)
LARISSA BARROS RIBEIRO
ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO
CMSTMV (11.01.18.01)
Matrícula: ###047#5

(Assinado digitalmente em 11/09/2025 08:40)
LEVI JOSE RODRIGUES
TECNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS
NAAI-SAMAVI (11.01.18.01.14.07)
Matrícula: ###309#6

(Assinado digitalmente em 10/09/2025 19:20)
MAX FREITAS BITTENCOURT
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
CMSTMV (11.01.18.01)
Matrícula: ####673#7

(Assinado digitalmente em 10/09/2025 19:31)
NELSON SOARES PEREIRA JUNIOR
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
CMSTMV (11.01.18.01)
Matrícula: ####027#8

(Assinado digitalmente em 10/09/2025 21:39)
RICARDO DE JESUS MACHADO
COORDENADOR DE CURSO
CCPP (11.01.18.01.15.02)
Matrícula: ####095#0

(Assinado digitalmente em 11/09/2025 09:07)
MATHEUS PEREIRA DIAS
DISCENTE
Matrícula: 2022#####1