

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

1. PERFIL DO CURSO

O curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Jorge Amado foi concebido obedecendo às diretrizes curriculares da área de comunicação social e suas habilitações. O curso, com reconhecida qualidade acadêmica, tem foco na formação de um Gestor da Comunicação. Um profissional que possa desenvolver a comunicação de forma integrada com uma visão capaz de compreender desde o planejamento até a divulgação de uma ideia/produto e que tenha condições de enxergar a comunicação de forma empreendedora, criativa e estratégica.

Com matriz curricular ampla, foi concebido para ter uma carga horária alta e, por isso, o repertório de formação do aluno é extenso e completo. Também foi pensado para ter disciplinas teóricas e práticas, nas quais são trabalhadas as diversas funções dos setores de uma agência. O curso também se propõe, desde a sua implantação, a trabalhar além da publicidade, com disciplinas que exercitam a visão do marketing tais como: marketing de nichos, gerência de marcas, lançamento de novos produtos, gestão de negócios publicitários; e disciplinas mais conceituais como estética, semiótica, história das artes.

Através do seu Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, a UNIJORGE proporciona aos alunos espaço de produção e socialização; de prática e reflexão do produto. A organização curricular do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade do Centro Universitário Jorge Amado é resultado da reflexão sobre seus objetivos e o perfil do egresso desejado, complementada pelo que estabelecem as diretrizes curriculares e pela avaliação realizada pelo MEC nesta Instituição no momento da autorização.

Ao longo de todo o curso, através de alguns ateliês, o currículo dá ênfase a atividades de prática laboratoriais, sem esquecer, entretanto, disciplinas que discutem as dimensões históricas e teóricas do campo da comunicação, e que problematizam a realidade sociocultural.

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

2. PERFIL DO EGRESSO

O currículo do curso de Publicidade e Propaganda foi planejado para formar um profissional capaz de atuar nos diversos meios e ambientes institucionais, indo além do mercado das agências de propaganda tradicionais da capital. Uma análise conjuntural da economia e da mídia baiana demonstra que é fora desse segmento que estão as oportunidades para os egressos.

Nesse contexto, vemos uma multiplicidade de oportunidades e de novas perspectivas de inserção profissional para os profissionais de publicidade e propaganda. Assim, o Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIJORGE vem procurando estimular em seus alunos a ideia de interpretar como mercado de trabalho em publicidade não apenas os ambientes profissionais convencionais. Para profissionais articulados com os novos conceitos e sentidos da comunicação, o mercado atual oferece uma multiplicidade de oportunidades de uma ordem tal jamais vista. Dessa forma, a UNIJORGE atua em seu curso de Publicidade e Propaganda apostando na capacidade dos novos profissionais que a instituição se compromete a formar e estimulando os discentes a observarem o mercado de trabalho não mais com as características convencionais que o definiam há 10 ou 20 anos. O mercado apresenta, hoje, novos contornos e as oportunidades de inserção se multiplicam.

Em consonância com esta diretriz, o curso de Comunicação Social do Centro Universitário Jorge Amado assume como missão dar as condições necessárias para que o egresso da instituição seja um profissional com formação humanística sólida, capaz de refletir e atuar criticamente frente às exigências de um mundo globalizado, fortemente marcado pela hipermediação da informação e pelo constante avanço tecnológico dos meios. Um profissional com domínio da língua portuguesa, das diferentes linguagens usadas nos processos de comunicação e das tecnologias comunicacionais, habilitado a exercer sua profissão com responsabilidade, criatividade e senso ético.

É nosso objetivo preparar profissionais capacitados para pensar e repensar as práticas e modificar rotinas produtivas em busca de aprimoramento profissional, sem perder de vista as consequências sociais de seu trabalho, e o comprometimento com os direitos humanos e a justiça social.

3. METODOLOGIA DO ENSINO

A abordagem pedagógica da UNIJORGE reconhece a necessidade de promoção contínua e progressiva da autonomia do estudante, e elege, portanto, a abordagem humanística, o sociocognitivismo e o **trabalho colaborativo** para a construção do conhecimento como pressupostos educativos que subsidiam e definem o processo de ensinagem.

A UNIJORGE associou à experiência técnico-pedagógica de seus fundadores com a continuidade de seus atuais líderes educacionais, e optou como princípio epistemológico de suas diretrizes pedagógicas institucionais pela conciliação de princípios filosóficos, teóricos e metodológicos contemporâneos pautados, principalmente, na **Teoria da Aprendizagem Significativa**, que tem seu foco na problematização do processo de ensino-aprendizagem e que considera a experiência de vida de cada estudante como ponto de partida para a aprendizagem (AUSUBEL, 2000¹; MOREIRA, 2006²; PELIZZARI et. al., 2002³).

Assim, a aprendizagem é pautada nos princípios do cognitivismo de Ausubel (1980⁴, p. 5) que privilegia a aprendizagem significativa assimilada pela recepção e/ou descoberta.

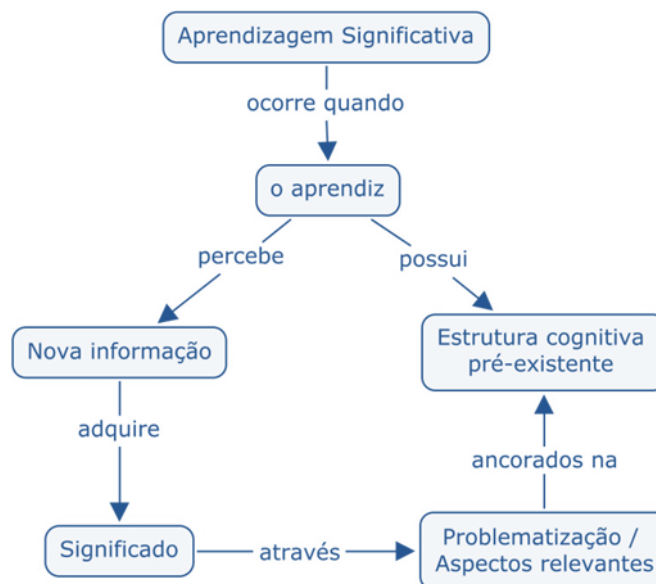
¹ AUSUBEL, D. *Aquisição e retenção de conhecimentos: uma perspectiva cognitiva*. Lisboa: Paralelo, 2000.

² MOREIRA, M. A. *A teoria da aprendizagem significativa e sua implementação na sala de aula*. Brasília: EdUNB, 2006.

³ PELIZZARI, A. et. al. Teoria da aprendizagem significativa segundo Ausubel. *Revista Psicologia, Educação e Cultura*, Curitiba, v.2, n.1, p.37-42, jul. 2001-jul. 2002.

⁴ AUSUBEL, D. *Psicologia educacional*. Rio de Janeiro: Interamericana, 1980.

Representação visual do processo de aprendizagem:



Mapa conceitual síntese do processo de aprendizagem significativa.

Fonte: elaboração própria, 2011.

A ideia do problema como mobilizador da necessidade da aprendizagem está pautada na premissa de que, na **metodologia da problematização**, o estudante se vê frente a um desafio, a um problema relacionado à vida em sociedade, que se converte em problema de conhecimento. Cria-se a necessidade de construir, investigar, mobilizando o desejo do Outro para a aprendizagem. A existência de um problema socialmente relevante mobiliza cognitivamente o sujeito para a construção de soluções.

A existência do desafio coloca o estudante no lugar de sujeito, já que a solução de problemas possibilita a participação ativa, desfocando a função de transmissão mecânica e atribuindo um papel dialógico aos atores do processo. É imperiosa a necessidade de haver uma associação entre teoria e prática que consiga impor novos desafios para o conhecimento significativo. A abordagem da **problematização** foi eleita numa tentativa de superar a aprendizagem mecânica e

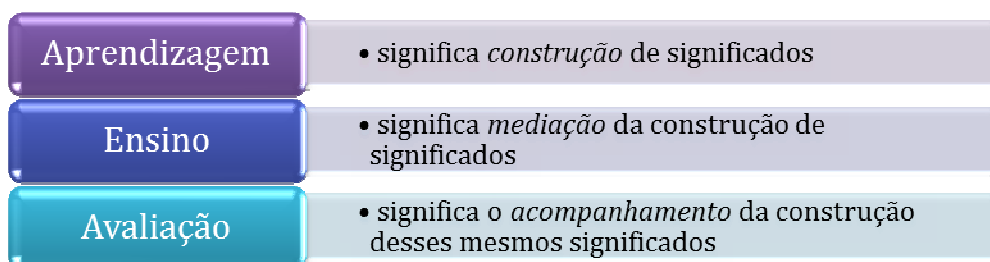
RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

exigir, dos estudantes, aprendizados com significados mais complexos das relações que constituem a situação problemática (MORETTO, 2009⁵). Afinal, a cada dia a sociedade exige mais qualificação técnica para aumentar as possibilidades de empregabilidade, associada à consciência da necessidade de fortalecimento da cidadania e seus reflexos para o desenvolvimento social. Assim, na medida em que o estudante consegue transformar-se em construtor de significados no seu processo educativo, mediado por docentes que favoreçam esse espaço e que consideram as experiências de vida do estudante, ele insere-se num universo simbólico de acomodação do conhecimento (PIAGET, 2002⁶).

Partindo da Teoria da Aprendizagem Significativa a UNIJORGE adotou os seguintes pilares para desenvolvimento do seu PPI:



Em se tratando de EAD, são aplicados os mesmos princípios, destacando-se:

- A composição dos cursos, que conta com conteúdos produzidos e estruturados de forma a conduzir o estudante ao desenvolvimento de sua autonomia, de forma que, mesmo lhe sendo apresentada uma linha de raciocínio para que o mesmo desenvolva seu curso, ele pode construir outro percurso de aprendizagem que lhe for mais apropriado. Esta autonomia se estabelece, também, no momento em que o estudante pode escolher o melhor horário e espaço de tempo para seus estudos e realização de

⁵ MORETTO, V. P. *Planejamento: planejando a educação para o desenvolvimento de competências*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

⁶ PIAGET, J. *A construção do real na criança*. São Paulo: Ática, 2002.

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

atividades.

- b) O aprendizado herdado pelos estudantes, a partir de conhecimentos anteriores, os quais são trazidos à tona a partir da exposição dos conteúdos e da realização de tarefas.

- c) A problematização, que é uma constante na composição das atividades desenvolvidas ao longo dos cursos, e é uma das técnicas utilizadas pelo corpo docente, no intuito de trabalhar a construção do conhecimento junto ao corpo discente, durante o processo de mediação.

Pretende-se, portanto, que o egresso da UNIJORGE não tenha apenas as respostas ou resultados das situações apresentadas em sala de aula, mas, sobretudo, que saiba lidar com cenários diversos e tenha criatividade para construir procedimentos e participar dos processos decisórios.

4. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Os alunos, de acordo com seus interesses e disponibilidade de recursos, deverão complementar sua formação participando de projetos, eventos de mercado, estágios extracurriculares, atividades de extensão, eventos científicos, entre outras atividades. Reconhece-se a contribuição dessas atividades para a formação do profissional, incentivando-se a participação do aluno como agente de sua própria formação, bem como o desenvolvimento de sua capacidade de buscar soluções para os problemas que encontra.

Na matriz curricular do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, as atividades complementares devem perfazer o total de 120 horas e, a partir da regulamentação do colegiado do curso, relacionam-se as atividades reconhecidas como potencialmente complementares da formação do discente:

1. Participação em atividades de extensão, de caráter social ou cultural

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

2. Participação em projetos de pesquisa
3. Realização de estágios
4. Participação ou apresentação de trabalhos em encontros de estudos da área;
5. Desempenho de atividades de monitoria.
6. Publicação de artigo
7. Cursos de extensão ou atualização
8. Visitas técnicas a instituições com práticas na área de atuação
9. Cursos regulares de língua estrangeira
10. Cursos na área de informática;
11. Treinamentos ministrados por organizações locais e nacionais;
12. Disciplinas isoladas em outros cursos
13. Disciplinas virtuais, do próprio currículo do curso, realizadas através de ensino à distância.
14. Reconhecimento de habilidades, conhecimentos e competências adquiridos no mundo do trabalho ou na educação profissional

Observação: Em cada um desses tipos de atividades, o aluno poderá apresentar comprovação de, no máximo, 20 horas por cada módulo, o que lhe permitirá realizar Atividades Complementares de Graduação ao longo de todo o percurso de sua formação no curso tecnológico.

Cada aluno deverá, até o final do curso, comprovar o cumprimento de 80 horas em ACG. A comprovação é regulamentada por meio de regimento interno do curso e será confirmada por meio de declarações idôneas, com a descrição da atividade, a instituição promotora, o número de horas cumpridas e outros dados de interesse.

Ainda no domínio das atividades complementares, o curso tem o compromisso de oferecer aos alunos, na forma de palestras e seminários, um amplo conhecimento sobre os aspectos legais e jurídicos da profissão.

5. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

A avaliação do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJORGE é periódica e sistemática, incluindo procedimentos e processos diversificados que se dividem em avaliação institucional e avaliação periódica de aprendizagem. A avaliação da aprendizagem é diversificada e caracterizada pela necessidade de se criar instrumentos eficazes para atender à concepção pedagógica do curso. Ela procura verificar, na medida do possível, não apenas se o aluno adquiriu o conhecimento necessário, mas, também, se sabe fazer uso dele para resolver situações-problema.

Durante o semestre letivo, o aluno do curso de Publicidade e Propaganda é avaliado de forma individual através das provas teóricas individuais, e trabalhos como artigos e resenhas. Além disso, é aplicada a Avaliação Pedagógica Discente (APED) reunindo os conteúdos de todas as disciplinas do semestre.

As diretrizes que se procura seguir no processo de avaliação da aprendizagem dos alunos do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJORGE são as seguintes:

- Devem procurar ser analíticas e explorar o raciocínio crítico dos alunos. São privilegiadas, neste item, avaliações que sejam baseadas em situações-problema estudos de caso, análise de textos etc. Tais avaliações precisam trabalhar as habilidades e competências da textualidade, objetividade, análise, interpretação, síntese, dissertação, visão crítica, articulação entre teoria e caso concreto e domínio conceitual.
- Devem estimular o uso adequado das ferramentas de estudo e de organização do material bibliográfico.
- Devem estimular a capacidade sintética e crítica.
- Devem estimular a capacidade de dissertar sobre um tema de forma analítica, crítica e inovadora.
- Devem estimular a habilidade de criar um texto livre, de refletir sem necessariamente concluir, de pensar autonomamente sobre um determinado assunto.
- Devem estimular a habilidade de produzir briefings, planejamentos, pesquisas mercadológicas, raves, layouts, roteiros, fotografias, VTs, spots, jingles e produtos

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

multimídia.

- Buscar a interdisciplinaridade. Sempre que possível, em todos os semestres, a partir de reuniões de planejamento, duas ou mais disciplinas escolhem um tema que deverá ser trabalhado em conjunto.
- Favorecer os trabalhos em grupo como forma de preparar os alunos para lidar de maneira profissional com as diferenças individuais e conflitos que emergem dos trabalhos coletivos. Nesse sentido, é incentivada a avaliação em forma de seminários grupais - sejam eles textuais ou temáticos.
- Estimular a prática da pesquisa através da transformação de trabalhos teóricos em artigos e ensaios, além da produção da monografia de final de curso.

Os alunos devem alcançar, no somatório da pontuação dessas avaliações, a média 7,0 (sete) para ser aprovados. Caso isso não aconteça, há uma última avaliação, a Prova Final, cujo peso é 3,0 (três), em que a média aceita para aprovação passa a ser 5,0 (cinco).

A avaliação institucional sob a ótica dos discentes é organizada pela Instituição. O que se busca é que essa avaliação seja organizadora das experiências e práticas do conjunto dos seus profissionais e alunos, na medida em que coleta, sistematiza e ordena todos os dados e informações, permitindo a sua consolidação, análise e posterior transformação em conhecimento. Ela se efetiva através de um instrumento formal de coleta de dados, respondido periodicamente pelos alunos, incluindo aspectos como a importância da disciplina ministrada, metodologia utilizada pelo docente, relacionamento professor-aluno, compromisso docente e discente, auto-avaliação do discente na disciplina e avaliação dos mecanismos de avaliação da aprendizagem. Os resultados dessa pesquisa, depois de divulgados, são utilizados como material de discussão dos coordenadores e professores.

O corpo docente também responde ao questionário da avaliação institucional. As questões relacionam-se à auto-avaliação, avaliação ensino aprendizagem, estrutura física, disponibilidade de equipamentos, atuação do coordenador do curso. Os professores realizam, ainda, uma auto-avaliação e avaliação do ensino aprendizagem através das reuniões com o NPPD e das reuniões semestrais que funcionam como fóruns de discussões onde dificuldades pedagógicas e experiências bem sucedidas são compartilhadas com a coordenação e com o conjunto dos

professores.

6. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

O processo de avaliação é a dimensão de maior complexidade do fazer pedagógico institucional. Corresponde à atividade que estabelece o diagnóstico da qualidade dos projetos dos cursos. Indica os pontos de segurança e fragilidade em relação à aprendizagem que se desdobra na construção do conhecimento, o que permite estabelecer estratégias para a continuidade da proposta acadêmica de cada curso, reforçando os conteúdos que estão em construção favorável à significação do conhecimento e retomando, com estratégias alternativas, as dimensões de conteúdos que se apresentam frágeis.

O binômio avaliação e conhecimento está intrincado na condução do Projeto Pedagógico da UNIJORGE. Essa relação, ao contrário de estabelecer uma relação passiva entre os sujeitos, remete a uma dinâmica crítica de responsabilidade institucional e, também, de compromisso individual, entrelaçando toda a comunidade acadêmica. Os estudantes da UNIJORGE, independentemente da sua modalidade de ensino, são compreendidos como sujeitos que constroem o seu conhecimento mediado por instrumentos e símbolos que participam, transformam e dinamizam o seu processo de aprendizagem.

Partindo dessa compreensão, a abordagem pedagógica da UNIJORGE reconhece a necessidade de promoção da contínua e progressiva autonomia do sujeito cognoscente que subsidia e define a ação educacional, bem como implementa as respectivas práticas previstas nos conteúdos curriculares.

No contexto da **Teoria da Aprendizagem Significativa** a concepção de avaliação assume o desafio de romper com o modelo tradicional de ensino, historicamente cristalizado na sala de aula presencial, que se restringe a momentos avaliativos específicos para realização de provas e exercícios, para assumir uma postura de compreensão das potencialidades dessa modalidade de ensino, com seus recursos tecnológicos e possibilidades de implementação de diferentes estratégias avaliativas.

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

Assim, a concepção de avaliação para a UNIJORGE está pautada em dimensões quantitativas e qualitativas, redirecionando o seu foco para um contexto diagnóstico, somativo e formativo que tem como objetivo estabelecer um processo contínuo e dinâmico, não se restringindo a momentos estanques como provas e exercícios, sendo seu alvo maior a aprendizagem e a formação acadêmica, profissional e social dos estudantes.

A avaliação deixa de ser um momento final do processo de ensino-aprendizagem para transformar-se numa busca incessante de compreensão das dificuldades do estudante e numa dinamização de novas oportunidades de reconstrução coletiva do conhecimento do professor e discente. É parte integrante da metodologia a aplicação correta dos modelos de avaliação, respeitando-se o momento de cada estudante e seu contexto.

Os instrumentos de avaliação da aprendizagem utilizados pelos cursos da UNIJORGE são diversificados e caracterizados pela necessidade de transformar formas convencionais e criar instrumentos eficazes para atender à concepção pedagógica vigente nos cursos.

Dessa forma, a concepção de avaliação de aprendizagem na UNIJORGE é considerada como um processo contínuo e processual que se inicia quando o estudante ainda é calouro e conclui-se com a colação de seu grau. Para atingir essa finalidade deverão ser privilegiadas as estratégias que estimulem o autodesenvolvimento dos estudantes, bem como a promoção da interação entre as partes envolvidas no processo ensino-aprendizagem, de maneira a possibilitar a construção colaborativa do conhecimento.

A perspectiva da UNIJORGE é de que o processo de formação garanta o desenvolvimento de competências profissionais. Portanto, a avaliação destina-se à análise da aprendizagem do discente de modo a favorecer seu percurso, regular as ações de sua formação e certificar sua formação profissional.

Enfim, todo o esforço de aprendizagem que a UNIJORGE realiza é focado na busca de referenciais que subsidiem e dinamizem a construção de novas visões no universo da avaliação: relações que envolvem o processo de ensinar-aprender-avaliar, ou seja, a aprendizagem significativa com base em problemas que aliam teoria e prática.

7. TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é condição obrigatória para a conclusão do curso de Comunicação Social da UNIJORGE e obtenção do certificado de Bacharel em Publicidade e Propaganda. As atividades de desenvolvimento do TCC buscam articular os conhecimentos adquiridos ao longo do curso com a prática profissional na área de publicidade e propaganda, estimulando constantemente uma visão crítica desta atividade profissional, o posicionamento ético e a responsabilidade social do profissional egresso, através da capacidade de trabalhar conceitos, habilidades e competências na produção e análise desta área de conhecimento.

Atividade teórico-prática realizada pelos alunos regularmente matriculados no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Jorge Amado⁷, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem o objetivo de permitir que os alunos apliquem os conhecimentos adquiridos durante o curso num produto que melhor se adéque a seus interesses individuais.

8. ESTÁGIO CURRICULAR

Os estágios são agentes importantes no ecossistema pedagógico da Graduação Tecnológica aqui proposta. Desenvolvidos junto a organizações locais, ou mesmo em outras regiões do Estado e do País, constituem valiosa ferramenta de construção de competências, tanto pelo exercício de atividades em equipes multiprofissionais, como pelo contato orgânico com os modos de produção dos produtos jornalísticos.

Vale ressaltar que o estágio não é uma atividade obrigatória no curso de Publicidade e Propaganda da UNIJORGE. No entanto, é objetivo do curso estimular e direcionar o estudante para experimentar uma formação profissional plena, enriquecida pelo contato íntimo com

⁷ Para a matrícula na disciplina Projeto Experimental, o aluno deve entrar com processo de aproveitamento de horas complementares.

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

situações reais do cotidiano da produção e da exibição de peças publicitárias das mais variadas naturezas.

O curso tem uma Agência Experimental de Publicidade e Propaganda, a Galáxia, que visa ser um espaço de experimentação para os alunos. Além de uma preparação para o mercado de trabalho.

9. INSTALAÇÕES FÍSICAS (LABORATÓRIOS)

Na UNIJORGE há 25 laboratórios de informática para atendimento das necessidades dos diferentes cursos da Instituição, bem como para uso dos integrantes de seu corpo social.

Com o objetivo de atender a todas as demandas acadêmicas, a Reitoria da UNIJORGE designa gerentes e supervisores que se reúnem periodicamente com a coordenação e professores do curso de Comunicação Social para levantamento das necessidades de equipamento e insumos, assim como definição da distribuição de aulas e marcação das atividades interdisciplinares, de pesquisa e de extensão.

Os laboratórios de informática, fotografia, áudio e vídeo contam com assistentes administrativos, técnicos e monitores que acompanham as atividades realizadas nestes espaços durante todo o horário de funcionamento.

A estrutura de laboratórios das UNIJORGE prioriza as atividades acadêmicas, mas atende a projetos especiais dos docentes e discentes dentro de sua capacidade técnica e de materiais e com a aprovação da direção dos cursos de Comunicação Social.

O curso de Comunicação Social conta com uma estrutura de laboratórios de informática instalada nos prédios 1 e 2 do Campus Paralela para desenvolvimento das atividades de redação e produção gráfica. Todas as aulas práticas são agendadas pela coordenação do curso com o supervisor dos laboratórios no início de cada semestre. Havendo alguma necessidade especial no decorrer do semestre, o professor solicita agendamento de laboratório de acordo com número de alunos e softwares a serem utilizados. Os laboratórios estão classificados da seguinte forma:

RESUMO DO PPC COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Emitente: Patrícia Moraes

Data: 12/11/2014

1. Laboratórios de uso exclusivo: laboratórios de plataforma PC e Macintosh utilizados pelos cursos de Comunicação Social, Design e Tecnológicos. Quando não há agendamento de aula, podem ser utilizados apenas por alunos dos referidos cursos.
 2. Laboratórios de uso compartilhado: laboratórios de plataforma PC compartilhados entre os cursos da Instituição. As atividades do curso de comunicação social ocorrem apenas com acompanhamento de docentes.
 3. Laboratórios de uso geral – não acontecem aulas. São laboratórios disponíveis aos alunos durante todo o horário de atendimento da Instituição.
-