

SOP

O Serviço de Orientação Psicopedagógica (SOP) da Organização Educacional Farias Brito é formado por psicólogos e orientadores educacionais que realizam amplo trabalho para o desenvolvimento global do aluno. Dentre as atividades empreendidas por esse setor, a Orientação Profissional se destaca pela importância de sua contribuição para o crescimento e amadurecimento dos jovens que, em geral, pela primeira vez, precisam tomar uma decisão importante na vida. Para tanto, são estimulados a se conhecerem melhor, perceberem as influências a que estão expostos e, sobretudo, receberem informações sobre os diversos cursos e profissões existentes no mercado.

Este folheto, portanto, foi elaborado para propiciar aos alunos um conhecimento básico acerca das características de cada profissão.

fb@fariasbrito.com.br – www.fariasbrito.com.br

Cursos & Profissões

Se você tem...

... criatividade, sensibilidade para a arte, desperta paixões com seus desenhos, personagens, músicas, consegue ver as coisas comuns de um jeito diferente, então, você pode fazer...

Publicidade e Propaganda

É a técnica de comunicação usada para criar e manter a boa imagem de produtos, serviços, empresas ou pessoas.

O QUE É

O publicitário cria, realiza e divulga campanhas de publicidade. Analisa o produto ou o serviço oferecido e o mercado a que se destina para determinar a melhor forma de apresentá-los ao público e promover sua venda. Para isso, pesquisa o perfil do público-alvo, levando dados como idade, nível socioeconômico, escolaridade, costumes e hábitos de consumo. Após analisar essas informações, escolhe a abordagem e os meios de divulgação mais adequados à campanha: *outdoors*, anúncios de jornais e revistas, comerciais de rádio e TV e *banners* em sites da Internet.

Cria os textos e as imagens e acompanha a produção do material. Depois da campanha, faz novas pesquisas para avaliar o impacto da propaganda sobre o consumidor. Em agências publicitárias, dedica-se à criação, à mídia, à produção ou ao planejamento administrativo. No departamento de *marketing* de empresas, elabora estratégias de venda.

O CURSO

Disciplinas como fotografia, redação publicitária e computação gráfica fornecem as técnicas de criação das mensagens publicitárias. O estudante é treinado, ainda, nas diversas linguagens da propaganda – política, comercial ou institucional – e aprende a elaborar planilha de custo. Para complementar a formação, estuda estatística e matérias ligadas à administração e à economia.

Em geral, o curso é oferecido como habilitação de Comunicação Social.

CAMPO DE ATUAÇÃO

Como esquecer os mamíferos da Parmalat, o garoto propaganda da Bombril e o baixinho da Kaiser? Quase impossível, concorda?

Para que isso venha acontecer, o publicitário faz todo um planejamento, conversa com o cliente, procura saber qual o retorno que ele espera obter com o produto, realiza pesquisas de opinião com os consumidores, define o público-alvo e o perfil dos veículos de comunicação.

Assim, o publicitário pode atuar em várias áreas, como:

- . **Atendimento** – Servir de ligação entre a agência e o cliente, para levantar os dados que orientarão a campanha de divulgação de um produto ou da empresa.
- . **Criação** – Desenvolver campanhas publicitárias com base na análise de pesquisas sobre o mercado consumidor e o produto.
- . **Gerência de produto** – Administrar todas as ações de publicidade e de venda de um produto.
- . **Mídia** – Escolher os veículos de comunicação mais adequados para difundir uma campanha. Negociar a compra de espaço para anúncios em *outdoors*, jornais, revistas, TVs, rádios e Internet.
- . **Marketing** – Planejar estratégias de venda de produtos, da campanha à aproximação com o público consumidor.
- . **Pesquisa** – Obter dados sobre renda, necessidades e hábitos dos consumidores. Avaliar o impacto das campanhas publicitárias sobre o público.
- . **Produção** – Fazer *jingles*, documentários e anúncios em rádios, TVs, jornais, revistas e *websites*.
- . **Promoção de vendas** – Elaborar estratégias de vendas. Desenvolver campanhas promocionais de produtos em restaurantes, supermercados e outros pontos de venda.

COMO ESTÁ O MERCADO

O mercado continua aquecido, porque as empresas se preocupam cada vez mais com a imagem dos produtos ou dos serviços que oferecem. As agências de publicidade oferecem boas perspectivas para quem é da área de criação, atendimento e mídia, mas há chances também em agências de promoções de eventos, merchandising, comunicação dirigida e assessoria de imprensa.

ONDE ESTUDAR

CE – Fortaleza: UFC, Unifor, Fa7, Faculdade Marista, Fanor, FIC, IESC.

RN – Mossoró: UERN.

PE – Recife: UFPE