

**EMENTÁRIO DA GRADE 6 DO PROJETO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

ARAÇATUBA

2016

COMPONENTES CURRICULARES

1º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Cultura religiosa	02	40	-	40
Introdução a Economia	02	40	-	40
Filosofia	02	40	-	40
Sociologia Geral e da Comunicação	02	40	-	40
Fotografia	04	80	-	80
Redação e Expressão Oral em Língua Portuguesa I	04	80	-	80
Programação Visual I	02	40	-	40
História da Cultura Afro-brasileira	02	40	-	40
Total	20	400		400

2º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga-horária
Teoria da comunicação I	2	40	-	40
Cultura das Mídias	2	40	-	40
Redação e Expressão Oral em Língua Portuguesa II	4	80	-	80
Introdução a Publicidade	4	80	-	80
Programação Visual II	2	40	-	40
Empreendedorismo e Sustentabilidade	2	40	-	40
Comunicação Pública	4	80	-	80
Inovação e Criatividade	2	40		40
Total	22	440		440

3º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Estatística	2	40	-	40
Teoria da comunicação II	2	40	-	40
Produção Gráfica I	4	80	-	80
Redação em Comunicação	4	80	-	80
Psicologia em Comunicação	2	40	-	40
Metodologia Científica I	2	40	-	40
Novas Tecnologias em Comunicação	4	80	-	80
Total	20	400	-	400

4º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Produção Gráfica II	4	80	-	40
Ética e legislação Publicitária	2	40	-	40
Introdução ao Marketing	4	80	-	80
Mídias Digitais	2	40	-	40
Metodologia Científica II	2	40	-	40
Antropologia	2	40	-	40
Redação e Comunicação II	4	80	-	80
Atividades Complementares I	2	40		40
Total	22	440		440

5º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga-horária
Diagramação digital	2	40	-	40
Planejamento em Comunicação	4	80	-	80
Criação em Redação Publicitária I	4	80	-	80

Comportamento do Consumidor	2	40	-	40
Produção Publicitária em Radio	4	80	-	80
Mídias (Publicitárias)	4	80	-	80
Atividades Complementares II	2	40		40
Total	22	440		440

6º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Planejamento e Campanha I	4	80	-	80
Criação e Redação Publicitária II	4	80	-	80
Produção Publicitária – TV e Cinema	4	80	-	80
Pesquisa Mercadológica (optativa)	2	40	-	40
Gestão de Negócios em Publicidade	2	40	-	40
Atividades Complementares III	2	40	-	40
Libras (optativa)	0	0	-	0
Planejamento de Marketing	4	80	-	80
Total	22	440	-	440

7º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Produção em Multimídias	4	80	-	80
Planejamento Estratégico	4	80	-	80
Projeto Experimental	2	40	-	40
Promoção de Vendas e Merchandising	4	80	-	80
Planejamento de Mídias	4	80	-	80
Atividades Complementares IV	4	80		80
Total	22	400		400

8º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horário
Projeto Experimental e Monografia	2	40	-	40
Trabalho de Conclusão de Curso	14	280	-	280
Total	16	320		320

TOTAL GERAL DO CURSO: 3240 horas/aula distribuídos por 162 créditos

EMENTÁRIO

1º Termo

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	INTRODUÇÃO A ECONOMIA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1º
CONTEÚDO	Conceitos básicos. Caracterização do problema econômico. Ciências econômicas em relação às demais ciências sociais. Linhas de formação da economia capitalista. Ações sobre economia brasileira. Globalização (grandes blocos econômicos mundiais). Incorporações e fusões.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BUETTGEN, John Jackson (Org.). Economia criativa: inovação, cultura, tecnologia e desenvolvimento . Curitiba – PR: Juruá Ed., 2015. Equipe de Professores da USP. Manual de introdução a economia . São Paulo: Ed. Saraiva 2000. WHEELAN, Charles. Economia: o que é, para que serve, como funciona . Rio de Janeiro: Ed. Zahar Antigo, 2015. NOBREGA, Mailson da; RIBEIRO, Alessandra. A economia: como evoluiu e como funciona . São Paulo: Trevisan Ed., 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BACHA, Carlos José Caetano. Entendendo a economia brasileira. Campinas: Ed. Alínea, 2015</p> <p>MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia. São Paulo: Ed. Campus 2001.</p> <p>ORRELL, David; LOON, Borin Van. Entendendo economia. São Paulo: Ed. Leya Casa da Palavra, 2017</p> <p>PIKETTY, Thomas. <i>A economia da desigualdade</i>. Rio de Janeiro: Ed. Intrínseca, 2015.</p> <p>TROSTER, R.L.; MOCHON, F. Introdução à economia. São Paulo: Ed. Campus, 2003.</p>
------------------------------	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	FILOSOFIA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	Mitologia e filosofia. A verdade. Lógica. Ideologia e utopia. Ideologia e propaganda. Filosofia e comunicação social.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>ALVES, Rubem. Filosofia da Ciência: introdução ao jogo e suas regras. São Paulo: Ed. Loyola, 2002.</p> <p>CHAUI, Marilena. Introdução à História da Filosofia. São Paulo: Cia.das Letras, 2002.</p> <p>_____. Convite à filosofia. São Paulo: Ed. Ática, 2003.</p> <p>MONDIN, Battista. Introdução à filosofia. 13.ed. São Paulo: Ed. Paulinas, 2002.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. MARTINS, Maria Helena Pires. Filosofando: introdução à filosofia. São Paulo: Ed. Moderna, 1993.</p> <p>FILHO SAVIAN, Juvenal. Filosofia e Filosofias. São Paulo: Autêntica Editora, 2015.</p> <p>JAPIASSU, Hilton. Dicionário Básico de Filosofia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.</p> <p>KURZ, Robert. O colapso da modernização. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1992.</p> <p>MORA, Jose Ferrater. Dicionário de Filosofia. São Paulo: Ed. Loyola, 2001.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO

CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	Constituição da Sociologia. Pensamento clássico: categorias “social” e “desigualdade social” tomando como referência a sociedade brasileira. Produção social da comunicação. Conteúdo sócio-político. A estrutura social e a distribuição do poder: trabalho, propriedade, dominação, classes sociais – abordagem pelas teorias sociológicas e clássicas. Comunicação e ideologia. Comunicação e produto cultural: a questão da produção	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BERGER, Peter. Perspectiva Sociológica . Petrópolis: Ed. Vozes, 1991. LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. Sociologia Geral . São Paulo: Ed. Atlas, 1999. MARTINS, José de Souza., Sociologia e Sociedade . São Paulo: Ed. LTC, 1994 MAIGRET, Eric. Sociologia da comunicação e das mídias . São Paulo: Ed Senac, 2010.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	CANCLINI, Nestor García. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização . Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1995. LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico . Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993. THOMPSON, J.B. Mídia e Modernidade . Petrópolis: Ed. Vozes, 2001. MARTINS, José de Souza. O que é Sociologia . São Paulo: Ed. Brasiliense. 2014 TOMAZI, N.D. (coord) Iniciação à Sociologia . São Paulo: Ed. Atual, 2014	

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	FOTOGRAFIA	
CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	Estudo e prática de aplicação dos recursos fotográficos aos meios de publicidade e propaganda. Fotografia de produtos, modelos e em estúdio.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	ANG, Tom. Introdução a fotografia digital . Rio de Janeiro: Civilização Editora, 2005 BUSSELE, Michael. Tudo sobre fotografia . São Paulo: Ed. Pioneira, 1998.	

	RAMALHO, José A.; PALACIN, Vitche. Escola de fotografia . São Paulo: Ed. Futura, 2004. PREUSS, Júlio. Fotografia digital: da compra da câmara à impressão das fotos . Rio de Janeiro: Axcel Books.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	ACHETTI, Luiz Eduardo (Org.) Ensaio sobre o fotógrafo . Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998. PRADO, Magaly (Org.). Fotografia e jornalismo , v.6. São Paulo: Ed Saraiva, 2011. SCHISLER, Millard; SAVIOLI, Elizabete. Revelação em preto e branco: a imagem com qualidade . São Paulo: Ed. Martins Fontes; Ed. Senac, 1995. TRIGO, Thales. Equipamento fotográfico: teoria e prática . São Paulo: Ed. Senac, 1998.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROGRAMAÇÃO VISUAL I
CARGA HORÁRIA	40
	PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	Origem da Programação Visual. Definições sobre Programação Visual. Estruturação do mercado voltado a programação visual. Introdução ao software Adobe Flash. Visualização 2D. Introdução ao realismo 3D. Processamento de imagens. Conceitos básicos de processos de animação para internet e TV.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	COELHO NETTO, Jose Teixeira: Semiótica, Informação e Comunicação . São Paulo: Ed. Perspectiva, 2003 HETEM JR., Annibal. Computação gráfica: fundamentos de informática . Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2006. HOHLFELDT, Antônio (Org.) Teorias da comunicação: conceitos, escolas . São Paulo: Ed Vozes, 2011 SILVA, J. E. F.; Explorando Flash MX Professional 2004 . Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2004.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	ADAMS, LEE; LABRADA, ROBERTOG.; Visualização e Realidade Virtual . São Paulo: Ed. Makron Books, 1994. CORRIGAN, John. Computação gráfica: segredos e soluções . Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2004. DEHAAN, JEN; Flash MX 2004 . Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2004. MACHADO, Silvana Rocha Brandao; MELUL, Maryse. Computação gráfica em escritórios de projetos info . Rio de Janeiro: Ed. BRASPORT, 2005.

	RIBEIRO, Marcello Marinho; MENEZES, Marco Antônio Figueiredo. Uma breve introdução a computação gráfica . Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2010.
--	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	REDAÇÃO E EXPRESSÃO ORAL EM LINGUA PORTUGUESA I
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 1º
CONTEÚDO	Recuperação de deficiências do estudo da Língua Portuguesa no ensino fundamental e médio: correção gramatical de textos e estilos. Produção de textos em Língua Portuguesa. Oficina de textos.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	CUNHA, celso; CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo . Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2014. FARACO, C. A., TEZZA, C. Prática de texto: língua portuguesa para nossos estudantes . Petrópolis: Ed Vozes, 2012 FIORIN, José. Lições de texto: leitura e redação . São Paulo: Ed. Ática, 1999. KOCH, Ingedore G.V. Argumentação e linguagem . São Paulo: Cortez, 2013.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	FIGUEIREDO, Luiz Carlos. A redação pelo parágrafo . Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005 PENTEADO, J. R. Whitaker. A técnica da comunicação humana . São Paulo: Cengage do Brasil, 2012 PERINI, Mário A. Gramática descritiva do português . São Paulo: Ed. Ática, 2005. SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica . São Paulo: Ed. Brasiliense, 2000 TERRA, Ernani; NICOLA, José de. Guia prático de ortografia . São Paulo: Ed. Scipione, 2012.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	CULTURA RELIGIOSA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	A experiência religiosa: fenômeno e evolução histórica. O fenômeno religioso, com sua linguagem específica e com especial atenção à experiência religiosa individual; O aspecto social da religião e as funções que ela exerceu e exerce na transformação da sociedade com especial atenção à crise da religião na modernidade e às perspectivas contemporâneas.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	AGNOLIN, Adone. História das religiões : perspectiva historico-comparativa. São Paulo: Paulinas Editoras., 2013. BATAILLE, Georges; SCHE, Fernando. Teoria da religião . São Paulo: Autentica Ed., 2015 BENJAMIN, Walter. O capitalismo como religião . São Paulo: Ed Biotempo, 2013. CISALPINO, Murilo. Religiões . São Paulo: Ed. Scipione. 1994
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	AMARAL, L.et.al. Nova Era: um desafio para os cristãos . 2. ed. São Paulo: Paulinas Editoras 1994. COMBLIN. J. Antropologia Cristã . Ed. Petrópolis: Ed. Vozes 1985. HUME, David. História natural da religião . São Paulo: Ed. Unesp, 2005 PALERI Georgio. Religiões do Povo. Um Estudo a Inculturação . São Paulo: Ed. AM, 1990. VALENTINI, Alberto. Cristianismo e Marxismo: o homem, um ser social . Porto Alegre: Ed. Sulina. 1971.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	HISTORIA DA CULTURA AFRO-BRASILEIRA

CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	Saberes tradicionais a partir da cosmovisão africana e a relação entre religiosidades africanas e afro-brasileiras. Marcas da cultura africana que constituem o cotidiano do afro-brasileiro. Discussão sobre o processo contemporâneo de organização dos territórios e espaços de cultura afro-brasileira para a compreensão, subsídios na aplicação da Lei 10.639/03.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>MATTOS, Regiane Augusto de. História e cultura afro-brasileira. São Paulo: Ed. Contexto, 2007.</p> <p>PROPOSTA DE PLANO NACIONAL DE IMPLEMENTAÇÃO DAS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS DA EDUCAÇÃO DAS RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E PARA O ENSINO DE HISTÓRIA E CULTURA AFRO-BRASILEIRA E AFRICANA – LEI 10.639/2003</p> <p>ZERBO, J. Ki. História geral da África, I: Metodologia e pré-história da África. Brasília: UNESCO, 2010.</p> <p>VERGER, P. F. Lendas africanas dos Orixás. 4. ed. Salvador: Corrupio, 1997.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BRAGA, Luciano. História da África e Afro-Brasileira. São Paulo: Ed. Selo Negro, 2010.</p> <p>MELO, E.; BRAGA, L História da África e afro-brasileira em busca de nossas Origens. São Paulo: Selo Negro, 2010.</p> <p>RIBEIRO, Gladys Sabina (Org.). Escravidão e cultura afro-brasileira. Campinas – SP: Ed Unicamp. 2015.</p> <p>RODRIGUES, José Honório. Brasil e África: outro horizonte. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.</p> <p>QUINTILHANO, Silvana Rodrigues. A inserção da cultura afro-brasileira na educação básica. São Paulo: Ed Clube de Autores, 2015.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	REDAÇÃO E EXPRESSÃO ORAL EM LINGUA PORTUESA II
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 2°
CONTEÚDO	Linguagem, língua e comunicação. O ato de narrar, relatar e argumentar. Tipologia e estrutura do texto narrativo e argumentativo: aspectos morfosintáticos pertinentes a estas habilitações. Correção gramatical de textos e sua adequação à estilística dos meios de comunicação jornalísticos. O texto jornalístico e de divulgação: natureza, estrutura e características.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	FAULSTICH, Enilde L. de J. Como ler, entender e redigir um texto . Petrópolis – RJ: Ed. Vozes, 2010. FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e coerência textuais . São Paulo: Ed. Ática, 2007. FIORIN, José Luiz.. Lições de texto: leitura e redação . São Paulo: Ed. Ática, 1999 KOCH, Ingedore G.V. Argumentação e linguagem . 3. ed. São Paulo: Ed. Cortez, 2013
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	FIGUEIREDO, Luiz Carlos. A redação pelo parágrafo . Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005 PENTEADO, J. R. Whitaker. A técnica da comunicação humana . São Paulo: Cengage do Brasil, 2012 PERINI, Mário A. Gramática descritiva do português . São Paulo: Ed. Ática, 2005. SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica . São Paulo: Ed. Brasiliense, 2000 TERRA, Ernani; NICOLA, José de. Guia prático de ortografia . São Paulo: Ed. Scipione, 2012.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROGRAMAÇÃO VISUAL II
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 2°
CONTEÚDO	Introdução ao realismo 3D. Processamento de imagens. Conceitos básicos de realidade virtual.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	ADAMS, LEE; LABRADA, ROBERTOG.; Visualização e Realidade Virtual . São Paulo: Ed. Makron Books, 1994. CORRIGAN, John. Computação gráfica: segredos e soluções . Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2004. DEHAAN, JEN; Flash MX 2004 . Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2004. MACHADO, Silvana Rocha Brandao; MELUL, Maryse. Computação gráfica em escritórios de projetos info . Rio de Janeiro: Ed. SILVA, J. E. F.; Explorando Flash MX Professional 2004 . Rio de Janeiro: Campus, 2004.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	COELHO NETTO, Jose Teixeira. Semiótica, Informação e Comunicação . São Paulo: Ed. Perspectiva, 2003 HETEM JR., Annibal. Computação gráfica: fundamentos de informática . Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2006. HOHLFELDT, Antônio (Org.) Teorias da comunicação: conceitos, escolas . São Paulo: Ed Vozes, 2011 RAMALHO, J. A. A; Storyboard Plus: Guia de referência básica . São Paulo: Makron Books, 1991. RIBEIRO, Marcello Marinho; MENEZES, Marco Antônio Figueiredo. Uma breve introdução a computação gráfica . Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2010.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	TEORIA DA COMUNICAÇÃO I
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	A disciplina busca uma compreensão dos meios de comunicação social. Conceitua, analisa e reflete sobre as diferentes correntes teóricas do campo da comunicação social, as principais escolas teóricas da comunicação de massa.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática . São Paulo: Ed Martins Fontes: 2009. DeFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa . Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013. LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa . São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.

	WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação . Lisboa: Ed. Presença, 2006.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das Teorias da Comunicação . São Paulo: Ed. Loyola, 2009. RIBEIRO, Júlio et.al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar . São Paulo: Ed. Atlas, 1995 SFEZ, Lucien. Crítica da comunicação . Petrópolis: Ed. Vozes, 2005. SENNA, Pedro Víctor de. Meu Caro Anúncio . São Paulo: Ed. Saraiva, 2003. VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade: uma proposta . São Paulo: Edições Loyola, 1999.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	CULTURA DAS MÍDIAS
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 2°
CONTEÚDO	Um conceito antropológico de Cultura de diferentes civilizações. A cultura de massa x cultura das mídias. Comunicação de massa x a cultura das mídias. Evolução da mídia impressa e eletrônica: da massificação à segmentação. As novas tecnologias: mídia virtual.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet : reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003 SAAD, Beth. Estratégias para a mídia digital : internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac, 2003. SANTAELLA, Lúcia. Cultura das Mídias . São Paulo: Ed. Experimento, 2006 SILVERSTONE, R. Por que estuda mídia? São Paulo: Ed. Loyola, 2002
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	LARAIA, Roque de Barros. Cultura: Um conceito antropológico . Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005. LÉVY, Pierre. Cibercultura . São Paulo: Editora 34, 1997 MELLO, Geraldo. Muito além do Cidadão Kane . Porto Alegre: Ed. Scripta, 2014.

	<p>MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media). São Paulo: Ed. Cultrix, 2005.</p> <p>TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.</p>
--	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	EMPREENDEDORISMO E SUSTENTABILIDADE
CARGA HORÁRIA	40
	PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	<p>Regionalismo brasileiro: aspectos econômicos, políticos e culturais. Estrutura econômica regional, principais fatores de produção. A micro e pequena atividade econômica regional: seu papel no desenvolvimento e formação de riquezas. A arte e culturas regionais como parâmetros de uma comunicação dirigida. A necessidade de adequação da linguagem global às características sócio-culturais locais. Visitas técnicas em empresas e negócios da região.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>ANGELO, Eduardo Bom. Empreendedor Corporativo. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.</p> <p>BARBIERI, José Carlos; SIMANTOB, Moysés Alberto (org.). Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>DIAS, Reinaldo. Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>ÁVILA, Vicente Fideles de. Cultura de sub/desenvolvimento e desenvolvimento local. Campo Grande: Ed. UVA, 2005.</p> <p>BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de Empreendedorismo e Gestão. São Paulo: Editora Atlas, 2003.</p> <p>NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo (org.). Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.</p> <p>RAINHO, J. M. Jornalismo Freelance: Empreendedorismo e Comunicação. São Paulo: Summus Editorial, 2008.</p>

	TAKESHY, Tachizawa. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa. São Paulo: Ed. Atlas, 2002
--	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	Conceitos e princípios. O que é publicidade e propaganda, suas funções. O mercado, consumidor, produtos, serviços e garantias. As leis, a sociedade, a cidadania, o indivíduo. Os processos, procedimentos, as normas. As mídias comuns e específicas, a evolução histórica. A contra-propaganda.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	GRAF, Marília G. Propaganda de lá pra cá. São Paulo: IBRASA, 2003. SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3. ed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Campus / ABP, 2003. PINHO, J.B. Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papirus, 2001. SANT'ANNA, A. Propaganda: teoria, técnica e prática. 7ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	CORREIA, Roberto. Planejamento de Propaganda. Coleção Contato Imediato. 9ª ed. São Paulo: Global, 2004. MARSHALL, Leandro. O Jornalismo na era da Publicidade. 2ª Ed. São Paulo: Summus, 2003. MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! São Paulo: Atlas, 2000. O'GUINN, Tomas C. ; ALLEN, Chris C.; SEMENIK, Richard J. Propaganda e Promoção Integrada da Marca. São Paulo: Cengage Learning, 2008. PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (orgs). Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces. Vol. 1. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

COMPONENTE CURRICULAR

DISCIPLINA	COMUNICAÇÃO PÚBLICA	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	Comunicação pública: análise histórico-conceitual. Princípios e processos da comunicação pública: relações públicas, propaganda, marketing e comunicação institucional. Poder, ideologia e meios de comunicação. A comunicação pública em órgãos governamentais e outras áreas de atuação.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>ABREU, João Batista de. As manobras da informação: análise da cobertura jornalística da luta armada no Brasil: (1965-1979). Niterói: EdUFF; RJ: Mauad, 2000.</p> <p>DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo, Atlas, 2007.</p> <p>SILVA, Luiz Martins da (Org.). Comunicação Pública. Brasília, DF: Casa das Musas, 2003.</p> <p>TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de comunicação organizacional e política. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>ALVES, Marcio Moreira. Sábados azuis: o Brasil que dá certo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial, 2000</p> <p>BARROS FILHO, Clóvis. (org.) Comunicação na Pólis. Ensaios sobre mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.</p> <p>BEZZON, Lara A. C. (Org.). Comunicação, política e sociedade. Campinas, SP: Editora Alínea, 2005.</p> <p>BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna. O direito da comunicação e da comunicação social. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.</p> <p>CAPARELLI, Sérgio. Comunicação de massa sem massa. (Col. novas buscas em comunicação, v. 10) 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 2°
CONTEÚDO	A inovação tecnológica e suas implicações nas empresas de comunicação e na sociedade. As peças publicitárias como conteúdos e produtos inovadores e de qualidade; o desenvolvimento e a adaptação da comunicação em diferentes fluxos e ambientes midiáticos; o conceito de criatividade como criador de novas demandas e redes de conexão a partir de uma peça publicitária;
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BERLO, D. K. O. Processo de Comunicação . São Paulo: Martins Fontes, 1997 DE MASI, D. (org.) A emoção e a regra . Rio de Janeiro: Ed. José Olympio. 1999. KNELLER, G. Arte e Ciência da criatividade . São Paulo: Ed. Ibrasa. 1978 LUBART, T. Psicologia da criatividade . Porto Alegre: Ed. Artmed. 2007. SANTAELLA, L. Cultura das Mídias . São Paulo: Ed. Experimento, 1996
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	GIORA, R. A emoção na criatividade artística. In : LANE, S. (org) Arqueologia das emoções . Rio de Janeiro: Ed. Vozes. 1999 LIMA, Venício Artur. Comunicação e Cultura: as idéias de Paulo Freire . Editora Paz e Terra. 1981. MCLUHAN, Marshall. A Galáxia de Gutemberg . São Paulo: Companhia Editora Nacional/USP, 1972. ———. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem . São Paulo: Editora Cultrix, 1964. RAMOS, A.D. Mídia e arte: aberturas contemporâneas . Zouk. PortocAlegre: Ed Zouk, 2006

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	METODOLOGIA CIENTÍFICA I
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 3°
CONTEÚDO	Metodologia de pesquisa: características, técnicas de coleta e tratamento de dados. Análise quantitativa e qualitativa (técnicas projetivas, análise de conteúdo,

	focus group). Estudos de práticas de pesquisa em comunicação social.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>BOOTH, Wayne C., COLOMB, Gregory G., WILLIAMS, Joseph M. A arte da pesquisa. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2005.</p> <p>RICHARDSON, Roberto.J. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999</p> <p>CERVO, A.L., BERVIAN, P. A. Metodologia Científica. \ São Paulo, Makron Books, 2006.</p> <p>LAVILLE, C.; DIONNE, J. A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. 1ª Ed. Belo Horizonte: Editora UFMG e Editora Artes Médicas Sul LTDA, 1999.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Ed. Edições, 2007.</p> <p>BARROS, Antônio e DUARTE, Jorge (org). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. 2ª Ed., São Paulo, Atlas, 2008.</p> <p>BABBIE, Eal. Métodos de pesquisa de Survey. 1 ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: Informação e documentação, referências, elaboração, Rio de Janeiro, 2002.</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: Informação e documentação, apresentação de citações em documentos, Rio de Janeiro, 2002.</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação, trabalhos acadêmicos-apresentação, Rio de Janeiro, 2005.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	TEORIA DA COMUNICAÇÃO II
CARGA HORÁRIA	40
	PERÍODO: 3º
CONTEÚDO	Estudos das escolas teóricas da Comunicação e das novas tendências da pesquisa em comunicação.

	Reconhecer a importância da semiótica para o estudo da comunicação.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Ed Martins Fontes: 2009. DEFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013. LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000. WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Ed. Presença, 2006.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Ed. Loyola, 2009. RIBEIRO, Júlio et.al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar. São Paulo: Ed. Atlas, 1995 SFEZ, Lucien. Crítica da comunicação. Petrópolis: Ed. Vozes, 2005. SENNA, Pedro Victor de. Meu Caro Anúncio. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003. VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade: uma proposta. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PRODUÇÃO GRÁFICA I
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 3º
CONTEÚDO	Criação visual gráfica. Técnica de ilustração. Utilização de cores e letras. Diagramação. Recursos materiais em criação visual. Peças gráficas: análise de linguagem e técnica. Semiótica.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	AZEVEDO, Eduardo. Computação gráfica: Teoria e prática. São Paulo: Campus, 2003. RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. Brasília: LINHA GRÁFICA E EDITORA, 1993. SILVA, Rafael Souza. Diagramação: O planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: SUMMUS, 1985.

	DOMINGUES, Diana (org). A arte no XXI: A Humanização das novas Tecnologias. São Paulo, UNESP, 1998.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. 2ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 1999. FERLAUTO, Cláudio. O tipo da gráfica e outros escritos. 1ª edição. São Paulo: Cachorro Louco, 2000. FRUTGER, Adrian. Sinais, Símbolos, desenho, projeto e significado. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1999. MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual. 1ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 1997. SANTAELLA, Lúcia. Imagem, Cognição, Semiótica e Mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 3º
CONTEÚDO	Teorias psicológicas. Reflexões acerca das matrizes do pensamento psicológico. Processos psicológicos básicos. Principais teorias psicológicas. Psicologia e sociedade. Psicologia Social e o homem contemporâneo. Preconceito, estigma e alienação. Elementos e conceitos de Psicologia aplicada à Comunicação. Histórico, conceituação e campo da Psicologia Social. O indivíduo na relação com a sociedade: a questão da identidade no mundo em transformação. Formação da personalidade. Principais processos psicossociais. As instituições sociais. Meios de comunicação. Narcisismo. Estudo do Conhecimento Intrapessoal; Conhecimento Interpessoal; Comunicação.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BOCK, Ana Mercedes Bahia, FURTADO, Odair, TEIXEIRA, Maria de Lourdes. Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia. 13ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001. BOCK, Ana M.B. et all. Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.

	<p>GADE, C. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: E. P. U., 1998</p> <p>GUARESCHI, P. (Org). Comunicação e Controle Social. Petrópolis; Vozes, 1991.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>DAVIDOFF, Linda L. Introdução à psicologia. São Paulo: Ed. Pearson Makron Books, 2001.</p> <p>JACQUES, Maria da Graça Correa et al. Psicologia Social Contemporânea. Petrópolis: Ed. Vozes, 2001.</p> <p>LANE, Sílvia; SAWAIA Bader (orgs). Novas veredas da Psicologia Social. São Paulo: Ed. Brasiliense/EDUC, 1995.</p> <p>MORIN, E. Cultura de Massa no Séc XX: Neurose. São Paulo, Forense Universitária, 1990.</p> <p>SOIFFER, Raquel. A Criança e a TV: uma visão psicanalítica. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	REDAÇÃO EM COMUNICAÇÃO I
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 3º
CONTEÚDO	Linguagem. Texto jornalístico e texto publicitário: características básicas. Discussão de textos de jornais, revistas, publicitários nas diversas mídias. Oficina de textos.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>SALVADOR, Arlete; SQUARISI, Dad. A arte de escrever bem: um guia para jornalistas e profissionais do texto. São Paulo: Editora Contexto, 2004.</p> <p>CARRASCOZA, João Anzanello. Razão e Sensibilidade no texto publicitário. São Paulo: Ed. Futura, 2005.</p> <p>HOFF, Tânia & GABRIELLI, Lourdes. Redação Publicitária. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.</p> <p>VESTERGAARD & SCHOREDER. A linguagem da propaganda. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1994.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>CITELLI, A. Outras linguagens na escola: publicidade, cinema e TV, Rádio, Jogos, informática. São Paulo: Ed. Cortez, 2000.</p> <p>COSTA, B. C. G. da. Comunicação e educação na era digital: reflexões sobre estética e virtualização. In Revista Comunicação, Mídia e Consumo. Ano 7, Volume 7, N. 19, 2010.</p>

	<p>KENSKI, V. M. Educação e tecnologia: novo ritmo da informação. Campinas: Papyrus, 2007.</p> <p>POLITO, R. Assim é que se fala: como organizar a fala e transmitir idéias. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.</p> <p>SAVIOLI, F. P.; FIORIN, J. L. Para entender o texto: leitura e redação. São Paulo: Ed. Cultrix, 2004.</p>
--	--

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	NOVAS TECNOLOGIAS EM COMUNICAÇÃO
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 3°
CONTEÚDO	<p>Estudar a relação entre tecnologia e comunicação, visando a compreensão o fenômeno técnico de forma global, ressaltando suas particularidades no âmbito da comunicação e da cultura contemporâneas. A comunicação mediada por computador (CMC) como premissa teórica básica para a conceituação das novas mídias digitais. A economia política como referencial teórico básico para a apreensão crítica das novas mídias digitais.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo, Paz e Terra, 2001.</p> <p>FADUL, Ana Maria. Novas tecnologias de comunicação – impactos políticos, culturais e sócio-econômicos, São Paulo: Summus Intercom, 1986.</p> <p>LÉVY, P. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro, Ed. 34, 1993.</p> <p>_____. Cibercultura. Rio de Janeiro, Ed. 34, 1999.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BOLAÑO, C. R. S. ; BRITTOS, V. C. . A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2007.</p> <p>BOLAÑO, C. R. S. . Indústria Cultural, Informação e Capitalismo. 01. ed. Sao Paulo: HUCITEC, 2000</p> <p>BRITTOS, V. C. (Org.) . Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado. 1. ed. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002</p> <p>CABRAL FILHO, A. V. ; BRITTOS, Valério. Economia política da comunicação: interfaces brasileiras. 1. ed. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.</p>

	MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização . In MORAES, Denis de. Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro, Record, 2002.
--	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ESTATÍSTICA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 3°
CONTEÚDO	A disciplina tem em seu conteúdo o estudo da natureza e fundamentos do método estatístico, fases do trabalho estatísticos e a apresentação estatística como as tabelas e gráficos. Estatística expositiva. Analítica e descritiva. Técnicas de amostragem, distribuição de frequência: gráficos, medidas de posição, medidas de variação e análise de séries estatísticas.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	FONSECA, Jairo Simon da. Curso de estatística . São Paulo: Ed. Atlas, 1996. FRANCISCO, Walter de. Estatística . São Paulo: Ed. Atlas, 1982. LEME, Ruy Aguiar da Silva. Curso de estatística : elementos . Rio de Janeiro: Ed. Livro Técnico, 1970. MORETTIN, Pedro Alberto. Estatística básica . São Paulo: Ed. Saraiva, 2002..
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	BUSSAB, Wilton O; MORETTIN, Pedro A. Estatística básica . São Paulo: Ed. Saraiva, 2014. CERSPO, Antonio Arnot. Estatística fácil . São Paulo: Ed. Saraiva, 2005. FONSECA, Jairo Simon da; MARTINS, Gilberto A.. Curso de estatística . São Paulo: Atlas Ed., 1996. LEVINE, David M.; STEPHAN, David F.; SZABAT, Kathryn A. Estatística: teoria e aplicações usando MS EXCEL em português . São Paulo: Ed GEN, 2015 NAZARETH, Helenalda. Curso básico de estatística . São Paulo: Ed. Ática, 1997.
COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PRODUÇÃO GRÁFICA II

CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 4°
CONTEÚDO	Apresentação e descrição dos processos básicos de composição, impressão e acabamento de jornais e revistas. A estética do produto gráfico: a determinação conjuntural de suas leis. Revisão gráfica. Noções gerais de printabilidade.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>CARRAMILO NETO, Mário. Produção Gráfica 1. São Paulo: Global, 1996</p> <p>ALLEN, R. Layout: O design da página impressa. São Paulo: Ed Nobel, 1986</p> <p>CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Ed. Futura, 2000.</p> <p>CORRIGAN, John. Computação Gráfica: Segredos e soluções. São Paulo: Ed. Ciência Moderna, 1994.</p> <p>FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Edgar Blucher, 1986.</p> <p>GOMES, L. V. N. Criatividade: projeto, desenho, produto. Santa Maria: sCHDs, 2001</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>ARAÚJO, Emanuel. A construção do livro. Princípios de técnicas de editoração. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1986.</p> <p>FERLAUTO, Cláudio. O livro da gráfica São Paulo: Ed. Hamburg, 1999</p> <p>LIMA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico da comunicação impressa. São Paulo: Ed. Summus, 1985.</p> <p>SILVA, Rafael Souza. Diagramação (O Planejamento Gráfico na Comunicação Imp.). São Paulo: Ed. Summus, 1985.</p> <p>TAVARES, Mauro Calixta. A Força das Marcas: como construir e manter marcas fortes. 1ª edição. São Paulo: Ed. Harbra, 1998.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ÉTICA E LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 4º
CONTEÚDO	Aspectos jurídicos-profissionais da publicidade e propaganda. O papel das associações profissionais. Relações entre a atividade publicitária e o público: o direito à informação e a comercialização do produto. Efeitos da publicidade sobre pessoas e grupos sociais. O problema da verdade na informação publicitária. Código de auto-regulamentação publicitária.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BROWN, Marvin T. Ética nos negócios . São Paulo. Makron Books, 1993. LOPES, A. Paraguassú. Ética na propaganda . São Paulo: Atlas, 2003. SINGER, Peter. Ética prática . São Paulo: Martins Fontes, 1998. VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. Ética . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	BURNETT, Lago. O pequeno guia de defesa do consumidor . Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1976. CHAISE, Valéria Falcão. A publicidade em face do código de defesa do consumidor . Rio Grande Sul: Livraria do Advogado, 2001. CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia . São Paulo: Ática, 1994. PEREIRA, M. O direito à informação na nova lei de imprensa . São Paulo: Global, 1993. Schultz, Roberto. O publicitário legal: alguns toques, sem juridiquês, sobre o direito da publicidade no Brasil . Rio de Janeiro : Qualitymark , 2005.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	REDAÇÃO EM COMUNICAÇÃO II
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 4º

CONTEÚDO	<p>Texto jornalístico e texto publicitário: características básicas. Mensagens publicitárias, promocionais e institucionais para novas mídias. Redação e criação de anúncios publicitários e textos jornalísticos. Oficina de textos.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>MARTINS, Jorge S. Redação publicitária: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1997.</p> <p>MARSHALL, Leandro. O Jornalismo na era da Publicidade. 2ª Ed. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (ogs.). Hiperpublicidade Vol.2. Atividades e tendências. São Paulo: Thomson Learning, 2008</p> <p>TRAQUINA, Nelson. O estudo do Jornalismo no Século XIX. São Leopoldo-RS: UNISINOS, 2003</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BARRETO, Roberto M. Criatividade em propaganda. São Paulo: Ed. Summus, 1982.</p> <p>CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Ed. Futura, 1999.</p> <p>PIERNES, Guillermo. Comunicação e desintegração na América Latina. Brasília: Ed. UNB, 1990.</p> <p>RAMOS, Murilo César. Políticas nacionais de comunicação e a crise dos paradigmas. Textos de Comunicação e Cultura., No. 2, 1º. Sem. 92, pp. 42-50.</p> <p>SANT´ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Ed. Pioneira, 1998</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	METODOLOGIA CIENTÍFICA II
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 4º
CONTEÚDO	<p>Metodologia de pesquisa: características, técnicas de coleta e tratamento de dados. Análise quantitativa e</p>

	<p>qualitativa (técnicas projetivas, análise de conteúdo, “focus groups”). Estudos de práticas de pesquisa em comunicação social.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<p>BOOTH, Wayne C., COLOMB, Gregory G., WILLIAMS, Joseph M. A arte da pesquisa. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2005.</p> <p>RICHARDSON, Roberto.J. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999</p> <p>CERVO, A.L., BERVIAN, P. A. Metodologia Científica. São Paulo, Makron Books, 2006.</p> <p>LAVILLE, C.; DIONNE, J. A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. 1ª Ed. Belo Horizonte: Editora UFMG e Editora Artes Médicas Sul LTDA, 1999.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<p>BABBIE, Eal. Métodos de pesquisa de Survey. 1ª edição. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.</p> <p>CONTRIM, P. Contato imediato com a pesquisa de propaganda. São Paulo: Ed. Global, 2008.</p> <p>GAARDER, Jostein. O Mundo de Sofia: romance da história da filosofia. São Paulo: Ed. Cia das Letras, 2015.</p> <p>LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Ed. Atlas, 2012.</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: Informação e documentação, referências, elaboração, Rio de Janeiro, 2002.</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: Informação e documentação, apresentação de citações em documentos, Rio de Janeiro, 2002.</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação, trabalhos acadêmicos-apresentação, Rio de Janeiro, 2005.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ANTROPOLOGIA

CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 4°
CONTEÚDO	<p>Conceito básico. Observação de padrões culturais em sua diversidade, explorando os valores do comportamento social e cultural sob uma visão antropológica – hábitos, costumes, condutas e preconceitos ditados pela formação dos grupos. Arquétipos, estereótipos, parentesco, arte, tabus, mitos, ritos. Percepções culturais dos fatos sociais. Antropologia Urbana. Diversidade cultural e mudanças históricas; masculinidades e feminilidades hegemônicas; Transformações nas relações de intimidade e nas relações humanas. Gênero e linguagem.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>KUPER, Adam. Antropólogos e Antropologia. Rio de Janeiro: Ed. Francisco Alves, 1978 LAPLANTINE, François. 1988. Aprender Antropologia. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010. LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar ed., 2000. MATTA, Roberto da. Relativizando: uma introdução à antropologia social. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>CANEVACCI, Máximo. Antropologia da comunicação visual. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. GEERTZ, Clifford. Interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar, 1989. LARAIA, Roque. Cultura: Um Conceito Antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1986 TRAVANCAS, Isabel; FARIAS, Patrícia (Orgs.). Antropologia e Comunicação. Rio de Janeiro: Garamond, 2003. VELHO, Gilberto. Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. 5ª ed. R.Janeiro: Zahar ed., 1999.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	MÍDIAS DIGITAIS	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 4°

CONTEÚDO	Conceito das novas ferramentas midiáticas e tecnológicas que aceleram o processo de integração, informação junto a recursos que a internet possibilita.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	MORAES, Denis de. Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder ; Rio de Janeiro: Ed. Record, 2003. PEREIRA, J. Novas tecnologias de informação e comunicação em redes educativas . Londrina: ERD Filmes, 2008. SANTAELLA, L. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura ; São Paulo: Ed. Paulus, 2003. THOMPSON, JOHN B.; A mídia e a modernidade . Petrópolis: Vozes, 2002.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	DIZARD JR., WILSON; A nova mídia: Comunicação de massa na era da informação . Rio de Janeiro: Zahar, 2000. LIMA, L. C. Teoria da cultura de massa . São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002. SILVERSTONE, R. Por que estuda mídia? São Paulo: Ed. Loyola, 2002 TIVINHO; CAZELOTO (org.). A cibercultura e seu espelho . São Paulo: ABCiber, 2009. MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia . Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	INTRODUÇÃO AO MARKETING
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 4°
CONTEÚDO	Conceito e abrangência de Marketing. Ambientes de Marketing. O composto mercadológico: produto, preço, promoção e praça. Marketing no ambiente contemporâneo. Tipos de Marketing

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>COBRA, Marcos. Administração de Marketing. São Paulo: Ed. Atlas, 1998.</p> <p>DIAS, Sérgio Roberto. Gestão de Marketing. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.</p> <p>KOTLER, Philip. Marketing Estratégico para o século XXI. 14ª ed. São Paulo: Futura, 2004.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing. São Paulo: Ed. Atlas, 2006.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>KOTLER, P. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.</p> <p>OGDEN, James R. / CRESCITELLI, Edson. Comunicação Integrada de Marketing. Conceitos, técnicas e práticas. 2ª ed., Prentice Hall, 2007.</p> <p>RIES, A. Trout. Vinte e duas consagradas leis do marketing. São Paulo: Ed. Makron, 1993.</p> <p>TAKAHASHI, Sérgio e TAKAHASHI, Vânia Passarini. Gestão de inovação de produtos. São Paulo: Ed. Campus, 2007.</p> <p>URDAN, Flávio T. / URDAN, André T. Gestão do Composto de Marketing. São Paulo: Atlas, 2006.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ATIVIDADES COMPLEMENTARES I
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 4°
CONTEÚDO	As atividades complementares realizadas sob a supervisão de um docente com o propósito de promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	CRIAÇÃO E REDAÇÃO PUBLICITÁRIA I
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 5°

<p>CONTEÚDO</p>	<p>A disciplina contempla o estudo sobre o desenvolvimento e a evolução do processo criativo na propaganda. Propõe que o acadêmico desenvolva uma visão crítica e prática das estratégias de criação e redação publicitária frente aos meios de comunicação. O conteúdo envolve os processos criativos nas peças publicitárias e promocionais, referências, associações, linguagem publicitária, criatividade editorial e criatividade visual. Mensagens publicitárias promocionais e institucionais para veículos eletrônicos de massa, rádio e televisão: redação e criação. Oficina de textos.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<p>BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em Propaganda. São Paulo: Ed. SUMMUS, 2004.</p> <p>CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Ed. Futura, 1999.</p> <p>MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! São Paulo: Ed. Futura, 2002.</p> <p>PREDEBON, José (organização). Propaganda: profissionais ensinam como se faz. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.</p> <p>CARRASCOZA, João Anzanello. Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>MARTINS, Jorge S. Redação Publicitária: teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.</p> <p>SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 8ª edição – revista e ampliada. São Paulo: Cengage Learning, 2009.</p> <p>SIEVERT, Marilde. Texto publicitário: dicas não são receitas. Blumenau: Ed. Edifurb, 2001.</p>

COMPONENTE CURRICULAR

DISCIPLINA	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 5°
CONTEÚDO	<p>A disciplina proporcionará ao aluno uma visão integrada e multidisciplinar do comportamento do consumidor e do comprador organizacional, também a avaliação das influências externas e internas até o processo de decisão de compra e suas implicações em termos de decisões de marketing. O conteúdo envolve conceitos básicos da ciência do comportamento humano e principais abordagens relativas ao comportamento do consumidor · A importância de novas técnicas e do uso da Tecnologia de Informações · Mudanças sociais · Aspectos éticos e legais do Marketing. Elementos principais que determinam o comportamento do mercado e seus segmentos.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>KARKLIAN, Eliane. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2000 SKINNER, B. F. O comportamento de tomar uma decisão. In: ciência e comportamento humano. São Paulo: Martins Fontes, 1998. SOLOMON, Michael. O comportamento do consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2002. VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. ENGEL, James F. et alli. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000 GIACOMINNI, Filho, Gino. Consumidor Versus Propaganda. São Paulo: Summus 1991. KOTLER, PHILIP. Administração de Marketing. São Paulo: Makron Books, 2001 MORUEN, John C. Minor, Michael S. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro. Pratices Hall, 2003</p>	

COMPONENTE CURRICULAR

DISCIPLINA	PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO	
CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 5º
CONTEÚDO	Produção em rádio; realização de peças publicitárias. Problemas produção. Direção e execução de comerciais. Custos e prazos de produção; contratação de serviços. Efeitos especiais e estética do anúncio.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas de áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.</p> <p>CESAR, Cyro. Como falar no rádio. São Paulo: Summus, 2009.</p> <p>MCLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.</p> <p>BELTRÃO, Luiz; OLIVEIRA, Newton. Teoria da Comunicação de Massa. São Paulo: Summus, 1986.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>CÉSAR, Cyro. Como falar no rádio. São Paulo: IBRASA, 2014</p> <p>CARRASCOZA, João Anzanello. Do caos à criação publicitária. São Paulo: Saraiva: 2008.</p> <p>ORTIZ, Miguel Ângelo; MARCHAMALO, Jesús. Técnicas de comunicação pelo rádio: a prática radiofônica. São Paulo: Loyola, 2005.</p> <p>ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.</p> <p>SILVA, Julia Lucia de Oliveira Albano da. Radio: oralidade mediatizada. O spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2.ª ed. São Paulo: Annablume, 1999.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	DIAGRAMAÇÃO DIGITAL

CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 5°
CONTEÚDO	<p>O conteúdo da disciplina relaciona-se ao estudo da evolução da informática, e os elementos de programação como: aplicações, capacidades, potencialidades e limitações, sistemas operacionais e ambientes gráficos. Conceitos da linguagem visual para Publicidade e Propaganda, elementos de composição da imagem, luz, sombra e equilíbrio, tipologias e também propõe ao discente o estudo dos significados gráficos e símbolos visuais.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>HETEM JR., Annibal. Computação gráfica: fundamentos de informática. Rio de Janeiro: Ed LTC, 2006</p> <p>MEIRELES, Fernando de Souza. Informática: Novas aplicações com microcomputadores. 2ª edição. São Paulo: Makron Books, 1994.</p> <p>RIBEIRO, Marcello Marinho; MENEZES, Marco Antônio Figueiredo Uma breve introdução a computação gráfica. Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2010.</p> <p>PAULA FILHO, Wilson de Pádua. Multimídia, Conceitos e Aplicações. Rio de Janeiro: LTC, 2000.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>AGUILERA, V.. Computação gráfica: animação. Cotia – SP: Editora IBIS, 1993.</p> <p>Capron, H.L., Johnson, J.A.. Introdução à Informática. Ed. Pearson. 2004.</p> <p>GONÇALVES, Marcio da Silva. Fundamentos de computação gráfica. São Paulo: Ed. Érica, 2014.</p> <p>IDOETA, I., CAPUANO, F. G. Elementos de Eletrônica Digital. São Paulo: Érica, 2014</p> <p>TAUB, H., SCHILLING, D. Eletrônica Digital. São Paulo: McGraw-Hill, 2014</p>	

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO	
CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 5°

CONTEÚDO	Conceitos e princípios do planejamento estratégico, tático e operacional. As influências macro e microambientais sobre o ambiente empresarial. A comunicação integrada: Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação . São Paulo: Ed. Futura, 2000. PINHEIRO, Duda. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação: suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa . São Paulo: Ed. Atlas, 2008 PINHO, J.B. Comunicação em Marketing : São Paulo: Ed. Papirus, 2001. TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática . São Paulo: Ed Atlas, 2009.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	KOTLER, Philip. Princípios de marketing . São Paulo: Prentice Hall, 2003. LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica . São Paulo: Thomson Learning, 2007. OGDEN, James R. Comunicação Integrada de Marketing . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002. KUNSCH, Margarida M. K (org.). Comunicação Organizacional . São Paulo, Saraiva, 2009. KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento em Relações Públicas na Comunicação Integrada . São Paulo, Summus Editorial, 2002.

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	MÍDIA	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 5°
CONTEÚDO	Circulação, audiência e seleção de veículos para a mensagem publicitária: levantamento, tabulação e análise de dados. Freqüência das inserções. Orçamentos e negociações em mídia. Criatividade e pesquisa de mídia.	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>DIZARD JR., Wilson Nova mídia: comunicação de massa na era da informação. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.</p> <p>HAUSSEN, Doris Fagundes. Mídia imagem e cultura. Porto Alegre: Edipucrs, 2000. Rio de Janeiro: Ed Vozes, 2014.</p> <p>MARTINO, Luis mauro Sá. Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes.</p> <p>SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. São Paulo: Sampaio, 1995</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BENETTI, Ribeiro...[e tal.] Tudo o que você gostaria de saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1989</p> <p>MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media). São Paulo: Cultrix, 2005.</p> <p>SAAD, Beth. Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac, 2003.</p> <p>TAHHARA, Mizuho. Mídia. 8 ed. São Paulo: Global, 2004</p> <p>VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z. 2 ed. São Paulo: Fligh Editora, 2005.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ATIVIDADES COMPLEMENTARES II
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 5°
CONTEÚDO	As atividades complementares realizadas sob a supervisão de um docente com o propósito de promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	CRIAÇÃO E REDAÇÃO PUBLICITÁRIA II
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 6°

CONTEÚDO	A redação e a direção de arte na criação publicitária. Humor e emoção na propaganda. Comunicação institucional, de produtos, de varejo e política. Técnicas de apresentação e defesa de peças e campanhas. Argumentação Comunicação e programação visual. “Brainstorming”, com o desenvolvimento prático de criação de peças publicitárias.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa . São Paulo: Thomson Learning, 2006 CESAR, Newton. Direção de Arte em propaganda . São Paulo: SENAC, 2006. FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. Psicodinâmica das cores em comunicação . São Paulo: Edgard Blücher, 2006. SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica, pratica . 7. ed. rev. atual. São Paulo: Pioneira, 2006.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	BERTOMEU, João V. Cengato (org.). Criação visual e multimídia . São Paulo; Cengage Learning, 2010. FIGUEIREDO, Celso. A última impressão é a que fica . São Paulo: Ed. Thomson Learning, 2007. _____. Redação publicitária: sedução pela palavra . São Paulo: Ed. Pioneira Thomson Learning, 2005. GOMES FILHO, João. Design do objeto: bases conceituais . São Paulo: Escrituras Editora, 2006. SANDMANN, Antônio José. A linguagem da propaganda . São Paulo: Ed. Contexto, 1993

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM TV E CINEMA
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 6°
CONTEÚDO	Utilização do cinema e da TV para a publicidade. Técnicas e procedimentos de produção, coordenação das atividades envolvidas na realização do vídeo publicitário. Realização de anúncios. Produção experimental de peças publicitárias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.</p> <p>ECO, Umberto. TV: a transparência perdida In:_____</p> <p>Viagem na Irrealidade Cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.</p> <p>FIELD, Syd. Manual do roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.</p> <p>WATTS, Harris. Direção de câmera. Um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.</p> <p>ELIN, L.; LAPIDES, A. O comercial de televisão. São Paulo: Bossa Nova, 2006.</p> <p>LIMA, V.A.; CAPPARELLI, S. Comunicação e Televisão. s.l.: Hacker Editores, 2004.</p> <p>MACHADO, Arlindo. A televisão levada à sério. 4ª ed., São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.</p> <p>MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>SOUZA, J.C.A. Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira. São Paulo: Summus, 2004.</p>	
COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	PLANEJAMENTO DE CAMPANHA I	
CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 6º
CONTEÚDO	Técnicas de planejamento. Posicionamento do produto em relação ao mercado. Elaboração dos planos. Execução e avaliação de campanhas de publicidade e propaganda.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>CORRÊA, Roberto. Contato imediato com planejamento de propaganda. São Paulo: Global, 2004.</p> <p>KOTLER, Phillip. Administração de Marketing. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.</p> <p>LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000.</p>	

	SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus /ABP, 2003.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	BENETTI, Ribeiro et al. Tudo o que você gostaria de saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1989 CORRÊA, Roberto. Gestão da Comunicação pelo anunciante. São Paulo: Global, 2012. SANT'ANA, Armando. Propaganda, teoria, técnica e prática. São Paulo: Global, 1985 RODRIGUES, Cristiano Borges. Planejamento de campanha publicitária: o passo-a-passo que ninguém segue. São Paulo: Editora Baraúna, 2010.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PANEJAMENTO DE MARKETING
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 6°
CONTEÚDO	Marketing e responsabilidade social. Atacado, Varejo e logística Segmentação e mensuração de mercados. Sistema de informações em mercadologia. Estrutura do Plano de Marketing.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	LAS CASAS, Alexandre L. Marketing: conceitos, exercícios e casos. 4ª ed. São Paulo:Atlas, 1997. KOTLER, Phillip. Administração de Marketing. 5. ed. São Paulo: Atlas,1998. OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. Comunicação Integrada de Marketing. Conceitos, técnicas e práticas. 2ª Ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. TAVARES, Maurício. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação: integrando Teoria e Prática. 2ª Ed.São Paulo: Atlas, 2009.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	LAS CASAS, Alexandre L. (coord.) Novos rumos do marketing. São Paulo:Atlas, 2001. KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. Princípios do Marketing Global. São Paulo: Saraiva, 1999. WESTWOOD, John. O Plano de Marketing. Guia Prático. 2ª Ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 1996.

	<p>MAGALHÃES, Marcos F.; SAMPAIO, Rafael. Planejamento de Marketing: conhecer, decidir e agir. Do estratégico ao operacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> <p>MATTAR, Fauze Najib (et al). Gestão de Produtos, Serviços, Marcas e Mercados. Estratégias e ações para alcançar e manter-se “Top of market”. São Paulo: Atlas, 2009.</p>
--	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ATIVIDADES COMPLEMENTARES III
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 6°
CONTEÚDO	As atividades complementares realizadas sob a supervisão de um docente com o propósito de promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	GESTÃO DE NÉGOCIOS EM PUBLICIDADE
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 6°
CONTEÚDO	Noções de administração (teorias clássicas: Taylor, Fayol, Humanística, Burocrática, Sistêmica). Tópicos de administração contemporâneos. Organograma e fluxograma de uma agência de publicidade. Gerenciamento do atendimento e das operações.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	CASAROTTO FILHO, Nelson. Elaboração de Projetos Empresariais : Análise Estratégica, Estudo de Viabilidade e Plano de Negócio. São Paulo: Atlas, 2009. CHIAVENATO, I. Introdução à Teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações : edição compacta. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

	<p>GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. Inovação Reversa: descubra as oportunidades ocultas nos mercados emergentes. Campus RJ, 2012.</p> <p>LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Thomson, 2003</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BERNARDES, Cyro. Sociologia Aplicada à Administração: o comportamento organizacional. São Paulo: Editora Atlas, 1995. 4ª edição, 2ª tiragem.</p> <p>RIBEIRO, Antonio de Lima. Teorias da Administração. São Paulo: Saraiva, 2003..</p> <p>TAKAHASHI, Sergio; TAKAHASHI, V. Estratégia de Inovação: Oportunidades e Competências. São Paulo: Ed. Manole, 2011.</p> <p>TERRA, José Cláudio Cyrineu (Org.). Inovação: quebrando paradigmas para vencer. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>TIGRE, Paulo Bastos. Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.</p>

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	PESQUISA MERCADOLÓGICA	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 6º
CONTEUDO	<p>Conceitos fundamentais de estudos de mercado, principais metodologias (quantitativas e qualitativas), estratégias para obtenção de informação (internas, externas, primárias e secundárias), etapas da pesquisa, tipos de pesquisas, elaboração do briefing, elaboração de estudos completos (quantitativo e qualitativo), métodos para coleta de dados e trabalho de campo; análise e desenho de relatório. A</p>	

	pesquisa de mercado pela internet. Estudo de casos aplicados.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>CASTRO, Guilherme Caldas et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2005.</p> <p>KOTLER, Phillip. Administração de Marketing. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.</p> <p>MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>SAMARA, B.S. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Makron, 1997.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>AAKER, D.A., KUMAR, V., DAY, G.S. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>BOOTH, Wayne C. A arte da pesquisa. São Paulo: Martins Fontes, 2005.</p> <p>COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman, 2008.</p> <p>MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.</p> <p>MCDANIEL, Carl D. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas 2003.</p>

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	LIBRAS	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 6°
CONTEÚDO	A utilização da Língua Brasileira de Sinais (Libras) e outras diferentes maneiras de comunicação que tenham como foco a inclusão social do surdo e seu acesso à cidadania plena. A proposta do bilingüismo. A gramática básica da Língua Brasileira de Sinais, seus símbolos icônicos com significados; tradução de expressões figuradas e gírias; técnicas de interpretação.	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>LACERDA, Cristina B; GÓES, M. C. R. (org.) Surdez, processos educativos e subjetividade. São Paulo: Lovise, 2000.</p> <p>MOURA, Maria Cândida. O surdo: caminhos para uma nova identidade. Rio de Janeiro: Revinter, 2000.</p> <p>QUADROS, Ronice M.; KARNOPP, Lodenir Becker. Língua de Sinais Brasileira: estudos lingüísticos.</p> <p>STARNADOVÁ, Vera. Como é ser surdo. Rio de Janeiro: Babel Editora, 2000.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>SACKS, Oliver. Vendo Vozes: uma viagem ao mundo dos surdos. Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.</p> <p>VIGOTSKY, L.S. Pensamento e Linguagem. São Paulo: Martins Fontes, 2000.</p> <p>REILY, Lúcia. Escola Inclusiva: Linguagem e Mediação (Série Educação Especial), Campinas (SP): Papyrus, 2004.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PLANEJAMENTO DE MARKETING
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 6º
CONTEÚDO	<p>Conceitos e processo de planejamento de marketing. Ferramentas de análise e decisão de objetivos e metas de marketing. Desenvolver a capacidade de realizar diagnóstico, identificação de oportunidades e ameaças, seleção de mercados-alvo e o posicionamento da empresa, por meio da elaboração de um plano de marketing.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>CAMPOMAR, M. C.; IKEDA, A. I. O Planejamento de Marketing e a Confecção de Planos – dos Conceitos a Um Novo Modelo. São Paulo. Ed. Saraiva. 2006.</p> <p>FARRIS, P. W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, P. E.; REIBSTEIN, D. J. Marketing metrics: the definitive guide to measuring marketing performance. New Jersey: Pearson Education, 2012.</p> <p>IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C.; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M. Planejamento de Marketing: um estudo no contexto brasileiro. BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, v. 4, n. 2, p. 113-126, maio/agosto 2007.</p>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>HOOLEY, G.J.; SAUNDERS, J.A.; PIERCY, N.F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.</p> <p>KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2013.</p> <p>McDONALD, M. Planos de marketing: como criar e implementar planos eficazes. Rio de Janeiro: Campus, 2004.</p> <p>STEVENS, R. <i>et al.</i> Planejamento de Marketing: guia de processos e aplicações práticas. São Paulo: Pearson, 2004.</p> <p>WEBSTER, F. E. Industrial Marketing Strategy. EUA: Wiley, 1991.</p> <p>WESTWOOD, J. O Plano de marketing: guia prático. 2. ed. São Paulo: Makron, 1996.</p>
------------------------------	--

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 7°
CONTEÚDO	<p>A disciplina deverá abordar a a importância da utilização da estratégia de promoções de vendas e ações de merchandising no mercado, os tipos de Promoção/ações de Merchandising; a regulamentação dos processos de promoção de vendas. A promoção de vendas como estratégia complementar para atender os objetivos de comunicação nas empresas; além da imprescindível compatibilidade com outras ações de propaganda e publicidade.</p>
	<p>BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>FERRACCIÙ, João De Simoni Soderini. Marketing Promocional: a evolução da promoção de venda. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p>

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>PINHEIRO, Duda; GULLHO, José. Comunicação Integrada de Marketing: gestão dos elementos de comunicação e suporte às estratégias de marketing e negócios da empresa. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>PINHO, J. B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papyrus, 2001.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>CASTRO, Guilherme Caldas et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2005.</p> <p>FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.</p> <p>FREITAS, Sebastião Nelson; NATALI, Marcos. Merchandising na prática. São Paulo: STS, 1995.</p> <p>MORGAN, Tony. Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais. São Paulo: Ed GGBRASIL, 2015.</p> <p>Autor: UNDERHILL, Paco. Vamos às compras!: a ciência do consumo nos mercados globais. Trad. Ricardo B. Vieira. Ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.</p>	
COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	
CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 7º
CONTEÚDO	<p>Conceito de estratégia. Tipos de estratégia. Os limites da Administração estratégica. Sistema de Administração estratégica. Diagnóstico estratégico. Os tipos da Administração estratégica. Técnicas para planejamento Estratégico.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>ALMEIDA, Martinho Ismard Ribeiro de. Manual de Planejamento Estratégico: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel. São Paulo : Atlas, 2010</p> <p>COSTA, Eliezer Arantes da. Gestão Estratégica. São Paulo, Saraiva, 2007.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo, Atlas, 2003.</p> <p>CHIAVENATO, Idalberto e SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009</p>	

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>ANSOFF, H. Igor, McDONNEL, Edward J. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1992.</p> <p>CERTO, Samuel C. e PETER, J. Paul. Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993.</p> <p>DAY, George S., REIBSTEIN, David Jr. A dinâmica da estratégia competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1999.</p> <p>DRUCKER, Peter. Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 1999.</p> <p>GHOSHAL, Sumantra; TANURE, Betania. Estratégia e gestão empresarial: construindo empresas brasileiras de sucesso: estudos de casos. Rio de Janeiro: Elsevier 2004.</p>
------------------------------	--

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PRODUÇÃO EM MULTIMÍDIAS
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 7°
CONTEÚDO	Sinestesia e linguagens multimidiáticas. Compreensão e articulação de linguagens em multimeios. Produção publicitária em multimeios.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>FIELD, SYD. Manual do Roteiro. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 1982</p> <p>COMPARATO, DOC. Da Criação ao Roteiro. Rio de Janeiro: Ed. Arte MídiaRocco, 1995</p> <p>JÚNIOR, ALBERTO LUCENA. Arte da Animação: Técnica e Estética Através da História São Paulo: Ed. Senac, 2002</p> <p>COELHO, RAQUEL. A Arte da Animação. São Paulo: Ed. Formato, 2000</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	CRAIG, James. Produção gráfica . São Paulo: Mosaico, 1980.

	<p>FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. Blucher – SP, 1986.</p> <p>IIDA, Itiro. Ergonomia. Projeto e Produção. São Paulo, Ed. Edgard Blucher, 1995.</p> <p>MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1989.</p> <p>SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico. São Paulo: Summus, 1985.</p>
--	--

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PLANEJAMENTO DE MÍDIA
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 7°
CONTEÚDO	Planejamento, operacionalidade, estratégias e funções de mídia. Levantamento de dados. Frequência de inserções. Audiência e seleção de veículos. Orçamentos e criatividade em mídia. Compras de mídia e tendências.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>DIZARD JR., Wilson. Nova mídia: comunicação de massa na era da informação 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.</p> <p>HAUSSEN, Doris Fagundes. Mídia imagem e cultura. Porto Alegre: Edipucrs, 2000</p> <p>NETO, A. F. Midialização: o poder da mídia. São Paulo: Nobel, 2006.</p> <p>SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus /ABP, 2003</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BARBAN, arnold M. CRISTOL, Steven M.; KOPEC, Frank Jr. A essência do planejamento de mídia. São Paulo: Nobel, 2001</p> <p>BENETTI, Ribeiro...[e tal.] Tudo o que você gostaria de saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1989</p> <p>GOODRCH, William B. SISSORS, Jack Z. Praticando o planejamento de mídia. São Paulo: Nobel, 2001</p> <p>TAMANAHHA, Paulo. Planejamento de mídia : teoria e experiência. São Paulo: Person Prentice Hall, 2006</p> <p>TAHHARA, Mizuho. Mídia. 8 ed. São Paulo: Global, 2004</p> <p>VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z. São Paulo: Fligh Editora, 2005</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	ATIVIDADES COMPLEMENTARES IV
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 6°
CONTEÚDO	As atividades complementares realizadas sob a supervisão de um docente com o propósito de promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROJETO EXPERIMENTAL
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: Semestral
CONTEÚDO	Conhecimento das regras do projeto experimental. Definição de calendário das orientações realizadas por professores do curso. Desenvolvimento de atividades práticas vinculadas à área de propaganda e publicidade. Prospecção e definição do cliente real. Visitas para conhecer a realidade do cliente, seu produto e serviço. Aproveitamento das informações contidas no <i>briefing</i> e elaboração do Diagnóstico das informações coletadas. Elaboração de problema, hipóteses e metodologia para o Pré projeto para monografia.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	ECO, Umberto. Como se faz uma tese . São Paulo: Perspectiva, 2007. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação : formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2010. LAVILLE, Christian. A construção do saber : manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

	PINHO, J.B. Comunicação em Marketing : princípios da comunicação mercadológica. 5 ed. Campinas: Papyrus, 2001
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidinéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação . São Paulo: Pioneira, 1997 GIL, Antonio C. Como elaborar projetos de pesquisa . São Paulo: Atlas, 1999. BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático . Petrópolis: Vozes, 2004. BRANDÃO, Carlos R. (org.) Repensando a pesquisa participante . São Paulo: Brasiliense, 1999.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 8°
CONTEÚDO	Apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	ECO, Umberto. Como se faz uma tese . São Paulo: Perspectiva, 2007. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação : formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2010 LAVILLE, Christian. A construção do saber : manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999. PINHO, J.B. Comunicação em Marketing : princípios da comunicação mercadológica. 5 ed. Campinas: Papyrus, 2001
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidinéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação . São Paulo: Pioneira, 1997 GIL, Antonio C. Como elaborar projetos de pesquisa . São Paulo: Atlas, 1999. BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático . Petrópolis: Vozes, 2004. BRANDÃO, Carlos R. (org.) Repensando a pesquisa participante . São Paulo: Brasiliense, 1999.

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROJETO EXPERIMENTAL E MONOGRAFIA

CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 8°
CONTEÚDO	<p>Projeto Experimental será um trabalho diretamente relacionado com a habilitação específica (Publicidade e Propaganda) em forma de monografia. O Projeto Experimental deverá ser realizado ao final do Curso. O último semestre será destinado para a realização deste trabalho, conforme especificado no currículo pleno.</p> <p>Esta disciplina terá 260 horas, sendo 200 horas para a disciplina e 60 horas de orientação para o desenvolvimento do Projeto. Os alunos terão a coordenação dos professores dos departamentos específicos, que acompanharão todo o trabalho.</p> <p>Conteúdo:</p> <p>Produção de trabalho relacionado com a habilitação específica:</p> <p>Monografia (Modalidade Teórica)</p> <p>Aprofundamento de questões teóricas, técnicas ou práticas</p> <p>Tema livre relacionado à área de comunicação.</p> <p>Publicidade e Propaganda (Modalidade Prática)</p> <p>Atividades práticas vinculadas à área de publicidade e propaganda;</p> <p>Pesquisa, planejamento e execução de ações:</p> <p>Projetos nas áreas de publicidade e propaganda:</p> <p>Linguagem nas diversas mídias</p> <p>Expressão gráfica</p> <p>Administração</p> <p>Prática publicitária nos diferentes meios de comunicação</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000.</p> <p>PAIVA, Edson. Projeto Experimental de propaganda. São Paulo: Iglu, 2005.</p>	

	<p>PINHO, J.B. Comunicação em Marketing. Princípios da comunicação mercadológica. 5 ed. Campinas: Papirus, 2001</p> <p>SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. São Paulo: Sampaio, 1995</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidinéia Gomes. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 1997</p> <p>GIL, Antonio C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.</p> <p>BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2004.</p> <p>BRANDÃO, Carlos R. (org.) Repensando a pesquisa participante. São Paulo: Brasiliense, 1999.</p>