

**EMENTÁRIO DA GRADE 7 - PROJETO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Grade Curricular – Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

1º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Cultura religiosa	02	40	-	40
Estatística	02	40	-	40
Filosofia	02	40	-	40
Sociologia Geral e da Comunicação	02	40	-	40
Fotografia	04	80	-	80
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
Economia	2	40		40
Teoria da comunicação I	2	40	-	40
Cultura das Mídias	2	40	-	40
Língua Portuguesa II	4	80	-	80
Introdução a Publicidade	4	80	-	80
Programação Visual II	2	40	-	40
Empreendedorismo e Demandas Regionais	2	40	-	40
Inovação e Criatividade	2	40		40
Total	20	400		400

3º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga
-------------------	----------------	----------------	----------------	--------------

				horária
Análise do Discurso	2	40	-	40
Teoria da comunicação II	2	40	-	40
Produção Publicitária em Mídias Impressas	4	80	-	80
Redação Publicitária I	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
Planejamento e Produção Gráfica	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 Publicitária II	4	80	-	80
Atividades Complementares I	2	40		0
Total	22	440		400

5º termo

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

I				
Comportamento do Consumidor	2	40	-	40
Produção Publicitária em Radio	4	80	-	80
Mídias (Publicitárias)	4	80	-	80
Atividades Complementares II	2	40		
Total	22	440		400

6º termo

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

7º termo

Disciplina	Crédito	Teórica	Prática	Carga horária
Produção em Multimídias	4	80	-	80
Planejamento Estratégico	4	80	-	80
Atividades Complementares	1	20	-	20
Projeto Experimental	2	40	-	40
Promoção de Vendas e Merchandising	4	80	-	80

Planejamento de Mídias	4	80	-	80
Total	19	380		380

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	Estatística
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1º
CONTEÚDO	Importância da estatística para a área da Publicidade e Propaganda. População e amostra. Séries estatísticas. Dados absolutos e relativos. Organização de dados em tabelas e gráficos. Medidas de Tendência Central. Medidas de Dispersão. Noções de correlação.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	BATANERO, C. Didáctica de la Estadística. Depto. De Didáctica de la Matemática. Univ. De Granada, 2001. Disponível em http://www.ugr.es/~batanero/proyecto.html . BUSSAB, W. O. e Morettin, P.A. Estatística Básica. , 7ª edição, 1ª reimpressão, Ed. Saraiva, 2011. GAL, I. e GARFIELD. J (eds). The Assessment Challenge in

	<p>Statistics Education. IOS Press, 1997. Disponível em http://www.stat.auckland.ac.nz/~iase/publications/assessbk/.</p> <p>MAGALHÃES, M.N. e PEDROSO DE LIMA, A.C. Noções de Probabilidade e Estatística, 7ª edição, 1ª reimpressão, EDUSP, 2011.</p> <p>REA, L.M e Parker, R. A. Metodologia de Pesquisa, Pioneira Thomson Learning, 2002.</p> <p>REA, L.M. et al. Metodologia de Pesquisa, Pioneira Thomson Learning, 2002.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BISQUERRA, R.; SARRIERA, J.C. & MARTÍNEZ, F. Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS. Porto Alegre: Artmed, 2004.</p> <p>FARIAS, A.A.; SOARES, J.F. & CÉSAR, C.C. Introdução à estatística. 2 ed., Rio de Janeiro: LTC, [2003].</p> <p>FERREIRA, D. F. Estatística básica. Lavras: UFLA, 2005.</p> <p>FONSECA, J.S. & MARTINS, G.A. Curso de estatística. 6 ed., São Paulo: Atlas, 1996.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	FILOSOFIA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1º
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>CHAUÍ, 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>

	<p>MARTINS, José de Souza. O que é Sociologia. São Paulo: Ed. Brasiliense. 2014</p> <p>TOMAZI, N.D. (coord) Iniciação à Sociologia. São Paulo: Ed. Atual, 2014</p>
--	--

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	<p>ANG, Tom. Introdução a fotografia digital. Rio de Janeiro: Civilização Editora, 2005</p> <p>BUSSELE, Michael. Tudo sobre fotografia. São Paulo: Ed. Pioneira, 1998.</p> <p>RAMALHO, José A.; PALACIN, Vitche. Escola de fotografia. São Paulo: Ed. Futura, 2004.</p> <p>PREUSS, Júlio. Fotografia digital: da compra da câmara à impressão das fotos. Rio de Janeiro: Axcel Books.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>ACHETTI, Luiz Eduardo (Org.) Ensaio sobre o fotógrafo. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.</p> <p>PRADO, Magaly (Org.). Fotografia e jornalismo, v.6. São Paulo: Ed Saraiva, 2011.</p> <p>SCHISLER, Millard; SAVIOLI, Elizabete. Revelação em preto e branco: a imagem com qualidade. São Paulo: Ed. Martins Fontes; Ed. Senac, 1995.</p> <p>TRIGO, Thales. Equipamento fotográfico: teoria e prática. São Paulo: Ed. Senac, 1998.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROGRAMAÇÃO VISUAL I
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	<p>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.</p>

	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	LINGUA PORTUGUESA I
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 1°
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

	<p>FIORIN, José. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ed. Ática, 1999.</p> <p>KOCH, Ingedore G.V. Argumentação e linguagem. São Paulo: Cortez, 2013.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<p>FIGUEIREDO, Luiz Carlos. A redação pelo parágrafo. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005</p> <p>PENTEADO, J. R. Whitaker. A técnica da comunicação humana. São Paulo: Cengage do Brasil, 2012</p> <p>PERINI, Mário A. Gramática descritiva do português. São Paulo: Ed. Ática, 2005.</p> <p>SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2000</p> <p>TERRA, Ernani; NICOLA, José de. Guia prático de ortografia. São Paulo: Ed. Scipione, 2012.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	CULTURA RELIGIOSA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1º
CONTEÚDO	<p>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.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>AGNOLIN, Adone. História das religiões: perspectiva histórico-comparativa. São Paulo: Paulinas Editoras., 2013.</p> <p>BATAILLE, Georges; SCHE, Fernando. Teoria da religião. São Paulo: Autentica Ed., 2015</p>

	<p>BENJAMIN, Walter. O capitalismo como religião. São Paulo: Ed Biotempo, 2013.</p> <p>CISALPINO, Murilo. Religiões. São Paulo: Ed. Scipione. 1994</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>AMARAL, L.et.al. Nova Era: um desafio para os cristãos. 2. ed. São Paulo: Paulinas Editoras 1994.</p> <p>COMBLIN. J. Antropologia Cristã. Ed. Petrópolis: Ed. Vozes 1985.</p> <p>HUME, David. História natural da religião. São Paulo: Ed. Unesp, 2005</p> <p>PALERI Georgio. Religiões do Povo. Um Estudo a Inculturação. São Paulo: Ed. AM, 1990.</p> <p>VALENTINI, Alberto. Cristianismo e Marxismo: o homem, um ser social. Porto Alegre: Ed. Sulina. 1971.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	HISTORIA DA CULTURA AFRO-BRASILEIRA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 1°
CONTEÚDO	<p>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 a aplicação da Lei 10.639/03.</p>
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. Cmpinas – 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	ECONOMIA
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 2°
CONTEÚDO	<p>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.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>BUETTGEN, John Jackson (Org.). Economia criativa: inovação, cultura, tecnologia e desenvolvimento. Curitiba – PR: Juruá Ed., 2015.</p> <p>Equipe de Professores da USP. Manual de introdução a economia. São Paulo: Ed. Saraiva 2000.</p> <p>WHEELAN, Charles. Economia: o que é, para que serve, como funciona. Rio de Janeiro: Ed. Zahar Antigo, 2015.</p> <p>NOBREGA, Mailson da; RIBEIRO, Alessandra. A economia: como evoluiu e como funciona. São Paulo: Trevisan Ed., 2015.</p>

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

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	LINGUA PORTUESA II
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	Linguagem, língua e comunicação. O ato de narrar, relatar e argumentar. Tipologia e estrutura do texto narrativo e argumentativo: aspectos morfossintáticos 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: 2°
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.

	<p>DeFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013.</p> <p>LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.</p> <p>WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Ed. Presença, 2006.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Ed. Loyola, 2009.</p> <p>RIBEIRO, Júlio et.al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar. São Paulo: Ed. Atlas, 1995</p> <p>SFEZ, Lucien. Crítica da comunicação. Petrópolis: Ed. Vozes, 2005.</p> <p>SENNÁ, Pedro Victor de. Meu Caro Anúncio. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.</p> <p>VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade: uma proposta. São Paulo: Edições Loyola, 1999.</p>

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	CULTURA DAS MÍDIAS	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	<p>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.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003</p> <p>SAAD, Beth. Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac, 2003.</p> <p>SANTAELLA, Lúcia. Cultura das Mídias. São Paulo: Ed. Experimento, 2006</p>	

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

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	EMPREENDEDORISMO E DEMANDAS REGIONAIS
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 2°
CONTEÚDO	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.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	ANGELO, Eduardo Bom. Empreendedor Corporativo. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003. BARBIERI, José Carlos; SIMANTOB, Moysés Alberto (org.). Organizações inovadoras ustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações. São Paulo: Atlas, 2007. DIAS, Reinaldo. Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. 2.ed.São Paulo: Atlas, 2011. DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

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

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 2º
CONTEÚDO	<p>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.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>GRAF, Marília G. Propaganda de lá pra cá. São Paulo: IBRASA, 2003.</p> <p>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.</p> <p>PINHO, J.B. Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papyrus, 2001.</p> <p>SANT'ANNA, A. Propaganda: teoria, técnica e prática. 7ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. Coleção Contato Imediato. 9ª ed. São Paulo: Global, 2004.</p> <p>MARSHALL, Leandro. O Jornalismo na era da Publicidade. 2ª Ed. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! São Paulo: Atlas, 2000.</p>

	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	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	ANÁLISE DO DISCURSO

CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 3°
CONTEÚDO	A Análise do Discurso: constituição, conceitos fundamentais e vertentes. Noções de discurso e o entrecruzamento de diferentes campos disciplinares. Práticas de análise.	
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>BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à análise do discurso. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.</p> <p>FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. Trad. Laura Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.</p> <p>GREGOLIN, Maria do Rosário (org). Discurso e mídia: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.</p> <p>ORLANDI, Eni P. Análise de Discurso. Campinas: Pontes, 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	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: 3°
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	<p>BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Ed Martins Fontes: 2009.</p> <p>DEFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013.</p> <p>LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.</p> <p>WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Ed. Presença, 2006.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Ed. Loyola, 2009.</p> <p>RIBEIRO, Júlio et.al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar. São Paulo: Ed. Atlas, 1995</p> <p>SFEZ, Lucien. Crítica da comunicação. Petrópolis: Ed. Vozes, 2005.</p> <p>SENNA, Pedro Victor de. Meu Caro Anúncio. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.</p> <p>VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade: uma proposta. São Paulo: Edições Loyola, 1999.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM MÍDIAS IMPRESSAS	
CARGA HORÁRIA	80	PERÍODO: 3°
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	<p>AZEVEDO, Eduardo. Computação gráfica: Teoria e prática. São Paulo: Campus, 2003.</p> <p>RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. Brasília: LINHA GRÁFICA E EDITORA, 1993.</p>	

	<p>SILVA, Rafael Souza. Diagramação: O planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: SUMMUS, 1985.</p> <p>DOMINGUES, Diana (org). A arte no XXI: A Humanização das novas Tecnologias. São Paulo, UNESP, 1998.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. 2ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 1999.</p> <p>FERLAUTO, Cláudio. O tipo da gráfica e outros escritos. 1ª edição. São Paulo: Cachorro Louco, 2000.</p> <p>FRUTGER, Adrian. Sinais, Símbolos, desenho, projeto e significado. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1999.</p> <p>MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual. 1ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 1997.</p> <p>SANTAELLA, Lúcia. Imagem, Cognição, Semiótica e Mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 3°
CONTEÚDO	<p>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.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>BOCK, Ana Mercedes Bahia, FURTADO, Odair, TEIXEIRA, Maria de Lourdes. Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia. 13ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001.</p>

	<p>BOCK, Ana M.B. et all. Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia. São Paulo: Ed. Saraiva, 2005.</p> <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 PUBLICITÁRIA 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</p>

	<p>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	PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO GRÁFICA
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	CARRAMILO NETO, Mário. Produção Gráfica 1 . São Paulo: Global, 1996 ALLEN, R. Layout: O design da página impressa . São Paulo: Ed Nobel, 1986 CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda . São Paulo: Ed. Futura, 2000. CORRIGAN, John. Computação Gráfica: Segredos e soluções . São Paulo: Ed. Ciência Moderna, 1994. FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação . São Paulo: Edgar Blucher, 1986. GOMES, L. V. N. Criatividade: projeto, desenho, produto . Santa Maria: sCHDs, 2001
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	ARAÚJO, Emanuel. A construção do livro. Princípios de técnicas de editoração . Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1986. FERLAUTO, Cláudio. O livro da gráfica São Paulo: Ed. Hamburg, 1999 LIMA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico da comunicação impressa . São Paulo: Ed. Summus, 1985.

	<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	<p>BROWN, Marvin T. Ética nos negócios. São Paulo. Makron Books, 1993.</p> <p>LOPES, A. Paraguassú. Ética na propaganda. São Paulo: Atlas, 2003.</p> <p>SINGER, Peter. Ética prática. São Paulo: Martins Fontes, 1998.</p> <p>VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. Ética. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>BURNETT, Lago. O pequeno guia de defesa do consumidor. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1976.</p> <p>CHAISE, Valéria Falcão. A publicidade em face do código de defesa do consumidor. Rio Grande Sul: Livraria do Advogado, 2001.</p> <p>CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo: Ática, 1994.</p> <p>PEREIRA, M. O direito à informação na nova lei de imprensa. São Paulo: Global, 1993.</p>

	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 PUBLICITÁRIA II
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 4°
CONTEÚDO	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.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	MARTINS, Jorge S. Redação publicitária: teoria e prática . São Paulo: Atlas, 1997. MARSHALL, Leandro. O Jornalismo na era da Publicidade . 2ª Ed. São Paulo: Summus, 2003. PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (ogs.). Hiperpublicidade Vol.2. Atividades e tendências . São Paulo: Thomson Learning, 2008 TRAQUINA, Nelson. O estudo do Jornalismo no Século XIX . São Leopoldo-RS: UNISINOS, 2003
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	BARRETO, Roberto M. Criatividade em propaganda . São Paulo: Ed. Summus, 1982. CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade . São Paulo: Ed. Futura, 1999. PIERNES, Guillermo. Comunicação e desintegração na América Latina . Brasília: Ed. UNB, 1990.

	<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	Metodologia de pesquisa: características, técnicas de coleta e tratamento de dados. Análise quantitativa e qualitativa (técnicas projetivas, análise de conteúdo, “focus groups”). 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>BABBIE, Earl. 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 acadêmica-apresentação, Rio de Janeiro, 2005.</p>	
COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	ANTROPOLOGIA	
CARGA HORÁRIA	40	PERÍODO: 4º
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</p> <p>LAPLANTINE, François. 1988. Aprender Antropologia. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010.</p> <p>LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar ed., 2000.</p> <p>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.</p> <p>GEERTZ, Clifford. Interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.</p> <p>LARAIA, Roque. Cultura: Um Conceito Antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1986</p>	

	<p>TRAVANCAS, Isabel; FARIAS, Patrícia (Orgs.). Antropologia e Comunicação. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.</p> <p>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: 4º
CONTEÚDO	<p>Conceito das novas ferramentas midiáticas e tecnológicas que aceleram o processo de integração, informação junto a recursos que a internet possibilita.</p>
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>MORAES, Denis de. Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder; Rio de Janeiro: Ed. Record, 2003.</p> <p>PEREIRA, J. Novas tecnologias de informação e comunicação em redes educativas. Londrina: ERD Filmes, 2008.</p> <p>SANTAELLA, L. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura; São Paulo: Ed. Paulus, 2003.</p> <p>THOMPSON, JOHN B.; A mídia e a modernidade. Petrópolis: Vozes, 2002.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>DIZARD JR., WILSON; A nova mídia: Comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.</p> <p>LIMA, L. C. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.</p> <p>SILVERSTONE, R. Por que estuda mídia? São Paulo: Ed. Loyola, 2002</p> <p>TIVINHO; CAZELOTO (org.). A cibercultura e seu espelho. São Paulo: ABCiber, 2009.</p> <p>MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.</p>

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°
CONTEÚDO	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.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<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>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<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: 5º
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</p> <p>SKINNER, B. F. O comportamento de tomar uma decisão. In: ciência e comportamento humano. São Paulo: Martins Fontes, 1998.</p> <p>SOLOMON, Michael. O comportamento do consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2002.</p> <p>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.</p> <p>ENGEL, James F. et alli. Comportamento do</p>	

	<p>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: 5°
CONTEÚDO	<p>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.</p>
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>

	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.
--	---

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	DIAGRAMAÇÃO DIGITAL
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 5°
CONTEÚDO	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.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	HETEM JR., Annibal. Computação gráfica : fundamentos de informática. Rio de Janeiro: Ed LTC, 2006 MEIRELES, Fernando de Souza. Informática: Novas aplicações com microcomputadores . 2 ^a edição. São Paulo: Makron Books, 1994. RIBEIRO, Marcello Marinho; MENEZES, Marco Antônio Figueiredo Uma breve introdução a computação gráfica . Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2010. PAULA FILHO, Wilson de Pádua. Multimídia, Conceitos e Aplicações . Rio de Janeiro: LTC, 2000.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	AGUILERA, V.. Computação gráfica : animação. Cotia – SP: Editora IBIS, 1993. Capron, H.L., Johnson, J.A.. Introdução à Informática . Ed. Pearson. 2004. GONÇALVES, Marcio da Silva. Fundamentos de computação gráfica . São Paulo: Ed. Érica, 2014. IDOETA, I., CAPUANO, F. G. Elementos de Eletrônica Digital . São Paulo: Érica, 2014 TAUB, H., SCHILLING, D. Eletrônica Digital . São Paulo: McGraw-Hill, 2014

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	<i>PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO</i>
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: _____ 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	CORRÊA, Roberto. Contato imediato com planejamento de propaganda . São Paulo: Global, 2004. KOTLER, Phillip. Administração de Marketing . 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação . São Paulo: Futura, 2000. 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	<p>LAS CASAS, Alexandre L. (coord.) Novos rumos do marketing. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. Princípios do Marketing Global. São Paulo: Saraiva, 1999.</p> <p>WESTWOOD, John. O Plano de Marketing. Guia Prático. 2ª Ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 1996.</p> <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: 6º
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 NEGÓCIOS EM PUBLICIDADE
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 6º

<p>CONTEÚDO</p>	<p>Noções de administração (teorias clássicas: Taylor, Fayol, Humanística, Burocrática, Sistemática). Tópicos de administração contemporâneos. Organograma e fluxograma de uma agência de publicidade. Gerenciamento do atendimento e das operações.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<p>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. GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. Inovação Reversa: descubra as oportunidades ocultas nos mercados emergentes. Campus RJ, 2012. LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Thomson, 2003</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<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: 6°
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 pesquisa de mercado pela internet. Estudo de casos aplicados.</p>	
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	LACERDA, Cristina B; GÓES, M. C. R. (org.) Surdez, processos educativos e subjetividade . São Paulo: Lovise, 2000. MOURA, Maria Cândida. O surdo: caminhos para uma nova identidade . Rio de Janeiro: Revinter, 2000. QUADROS, Ronice M.; KARNOPP, Lodenir Becker. Língua de Sinais Brasileira: estudos lingüísticos . STARNADOVÁ, Vera. Como é ser surdo . Rio de Janeiro: Babel Editora, 2000.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	SACKS, Oliver. Vendo Vozes: uma viagem ao mundo dos surdos . Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. VIGOTSKY, L.S. Pensamento e Linguagem . São Paulo: Martins Fontes, 2000. REILY, Lúcia. Escola Inclusiva: Linguagem e Mediação (Série Educação Especial) , Campinas (SP): Papyrus, 2004.	
COMPONENTE CURRICULAR		
DISCIPLINA	ATIVIDADES COMPLEMENTARES IV	
CARGA HORÁRIA	20	PERÍODO: 7°
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	PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 7°
CONTEÚDO	A disciplina deverá abordar 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.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<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> <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>

	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.
--	--

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
CARGA HORÁRIA	80 PERÍODO: 7°
CONTEÚDO	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.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	ALMEIDA, Martinho Ismard Ribeiro de. Manual de Planejamento Estratégico: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel. São Paulo : Atlas, 2010 COSTA, Eliezer Arantes da. Gestão Estratégica. São Paulo, Saraiva, 2007. OLIVEIRA, Djalma P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo, Atlas, 2003. CHIAVENATO, Idalberto e SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	ANSOFF, H. Igor, McDONNEL, Edward J. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1992. CERTO, Samuel C. e PETER, J. Paul. Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993. DAY, George S., REIBSTEIN, David Jr. A dinâmica da estratégia competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1999. DRUCKER, Peter. Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 1999. GHOSHAL, Sumantra; TANURE, Betania. Estratégia e gestão empresarial: construindo empresas brasileiras de sucesso: estudos de casos. Rio de Janeiro: Elsevier 2004.

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	FIELD, SYD. Manual do Roteiro . Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 1982 COMPARATO, DOC. Da Criação ao Roteiro . Rio de Janeiro: Ed. Arte MídiaRocco, 1995 JÚNIOR, ALBERTO LUCENA. Arte da Animação: Técnica e Estética Através da História São Paulo: Ed. Senac, 2002 COELHO, RAQUEL. A Arte da Animação . São Paulo: Ed. Formato, 2000
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	CRAIG, James. Produção gráfica . São Paulo: Mosaico, 1980. FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação . Blucher – SP, 1986. IIDA, Itiro. Ergonomia. Projeto e Produção . São Paulo, Ed. Edgard Blucher, 1995. MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual . São Paulo: Martins Fontes, 1989. SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico . São Paulo: Summus, 1985.

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	DIZARD JR., Wilson. Nova mídia: comunicação de massa na era da informação 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. HAUSSEN, Doris Fagundes. Mídia imagem e cultura . Porto Alegre: Edipucrs, 2000 NETO, A. F. Midialização: o poder da mídia . São Paulo: Nobel, 2006. 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	BARBAN, arnold M. CRISTOL, Steven M.; KOPEC, Frank Jr. A essência do planejamento de mídia . São Paulo: Nobel, 2001 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 GOODRCH, William B. SISSORS, Jack Z. Praticando o planejamento de mídia . São Paulo: Nobel, 2001 TAMANAH, Paulo. Planejamento de mídia : teoria e experiência . São Paulo: Person Prentice Hall, 2006 TAHHARA, Mizuho. Mídia . 8 ed. São Paulo: Global, 2004 VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z . São Paulo: Fligh Editora, 2005

COMPONENTE CURRICULAR	
DISCIPLINA	PROJETO EXPERIMENTAL
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 7°
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.

<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<p>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</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<p>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.</p>

<p>COMPONENTE CURRICULAR</p>	
<p>DISCIPLINA</p>	<p>PESQUISA MERCADOLÓGICA (Optativa)</p>
<p>CARGA HORARIA</p>	<p>40 PERÍODO: 7</p>
<p>CONTEÚDO</p>	<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 pesquisa de mercado pela internet. Estudo de casos aplicados.</p>
<p>BIBLIOGRÁFICA BÁSICA</p>	<p>CASTRO, Guilherme Caldas et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2005.</p>

	<p>MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 1996. (Vol. 1)</p> <p>SAMARA, B.S. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Makron, 1997.</p> <p>RUTTER, Marina. Pesquisa de mercado. São Paulo : Ática, 1994. (Série princípios ; 141).</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	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
CARGA HORÁRIA	40 PERÍODO: 8°
CONTEÚDO	Apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo: Perspectiva, 2007.</p> <p>LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2010</p> <p>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.</p> <p>PINHO, J.B. Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica. 5 ed. Campinas: Papyrus, 2001</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>
------------------------------	--

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>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<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>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<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>