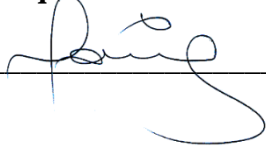


**Ficha 1 (permanente)**

Disciplina: <b>Comunicação e Mercado</b>					Código: <b>OC030</b>	
Natureza: ( ) Obrigatória (X ) Optativa		(x ) Semestral ( ) Anual ( ) Modular				
Pré-requisito: -		Co-requisito: -	Modalidade: ( x ) Presencial ( ) Totalmente EaD ( ) % EaD*			
<b>CH Total: 60</b> <b>CH</b> <b>semanal:04</b>	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
<p><b>EMENTA (Unidade Didática)</b></p> <p>A indústria cultural do Brasil no mercado mundial. Diferentes tipos de públicos. A especificidade dos novos veículos. A globalização da comunicação: mercados homogêneos x identidades nacionais. O local e o global.</p> <p><b>: Comunicação e Política</b></p>						
<p><b>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente:</b> Professor Mário Messagi Junior</p> <p><b>Assinatura:</b> _____</p> 						

\*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

SEMENIK, Richard J.; Basmosy, GARY J. **Princípios de marketing...uma perspectiva global.** São Paulo: Makron Books, 1995. 2 EX. SA- 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995. 43 EX. 1992 A 2000 - 1 NA HE

Revista Marketing

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

Revista Mercado Global NÃO SIBI  
Revista Meio & Mensagem NÃO SIBI  
Revista about NÃO SIBI