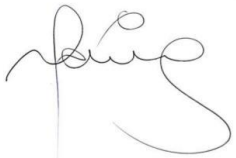
Ficha 1 (permanente)

Disciplina: **PRODUÇÃO INOVADORA EM COMUNICAÇÃO I**						Código: **136**
Natureza: (x) Obrigatória ( ) Optativa		(x) Semestral ( ) Anual ( ) Modular				
Pré-requisito: **NÃO TEM**	Co-requisito: **NÃO TEM**	Modalidade: (x) Presencial ( ) Totalmente EaD ( ) __% EaD				
CH Total: 30 **CH semanal: 02**	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0

EMENTA (Unidade Didática)

Pesquisa, planejamento e desenvolvimento de projeto relacionado à criação, produção artística ou cultural com aproximações entre comunicação, arte e cultura, envolvendo (ou não) instituições públicas ou privadas.

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Mário Messagi Junior.
Assinatura:



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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LARAIA, Roque de Barros**.** Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo, Senac, 2008.
PINEIRO, Duda. GULLO, José. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas Editora, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARRETO, Roberto Menna. Agência de propaganda e as engrenagens da história. São Paulo: Summus, 2006.
SAUERBRONN, Jão Felipe R. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: FGV, 2014.
CANEVACCI, Massimo. Fetichismo visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê, 2008.