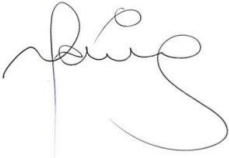


**Ficha 1 (permanente)**

Disciplina: <b>PRODUÇÃO INOVADORA EM COMUNICAÇÃO II</b>						Código: <b>OC142</b>
Natureza: ( x ) Obrigatória ( ) Optativa		( x ) Semestral ( ) Anual ( ) Modular				
Pré-requisito: <b>NÃO TEM</b>		Co-requisito: <b>NÃO TEM</b>	Modalidade: ( x ) Presencial ( ) Totalmente EaD ( ) ___% EaD			
<b>CH Total: 30</b>	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
<b>CH semanal: 02</b>						
<b>EMENTA (Unidade Didática)</b>						
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.						
<b>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></b>						
<b>Assinatura:</b>						
						

*\*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.