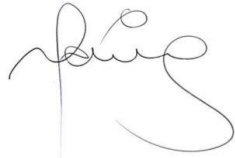


**Ficha 1 (permanente)**

Disciplina: <b>PRODUÇÃO INOVADORA EM COMUNICAÇÃO V</b>		Código: <b>OC179</b>				
Natureza: ( x ) Obrigatória ( ) Optativa		( x ) Semestral ( ) Anual ( ) Modular				
Pré-requisito: -----	Co-requisito: <b>NÃO TEM</b>	Modalidade: ( x ) Presencial ( ) Totalmente EaD ( ) __% EaD				
<b>CH Total:</b> <b>30</b>	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
<b>CH semanal:</b> <b>02</b>						
<b>EMENTA (Unidade Didática)</b>						
Projeto de pesquisa e plano de marketing/comunicação para lançamento ou reposicionamento de produto ou marca, envolvendo instituições públicas ou privadas.						
<b>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente:</b> <u>Mário Messagi Junior.</u>						
<b>Assinatura:</b>						
						

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

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BONA, Nívea Canalli. Publicidade e Propaganda: da agência à campanha. São Paulo: Ibex, 2011.  
PINEIRO, Duda. GULLO, José. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas Editora, 2014.  
YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2011.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BARRETO, Roberto Menna. Agência de propaganda e as engrenagens da história. São Paulo: Summus, 2006.  
CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo, Senac, 2008.  
SISSORS, Jack Z.; BUMBA, L. J. Planejamento de Mídia. São Paulo: Nobel, 2001.