SACOD
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

COORDENAÇÃO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Ficha 1 (permanente)

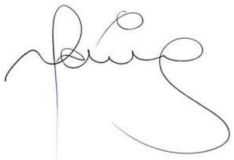
Disciplina: **PLANEJAMENTO E PRÁTICA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA I**						Código: **OC217**
Natureza: (**X**) Obrigatória ( ) Optativa		(**X**) Semestral ( ) Anual ( ) Modular				
Pré-requisito: **NÃO TEM**	Co-requisito: **NÃO TEM**	Modalidade: (**X**) Presencial ( ) Totalmente EaD ( )..... % EaD*				
CH Total: 60 **CH semanal: 04**	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 60	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0

EMENTA (Unidade Didática)

Formulação, pesquisa, diagnóstico e briefing de projeto experimental, com intervenção no mercado e relacionado às áreas de Publicidade, Comunicação, Produção Midiática ou Negócios.

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

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.