


**Ficha 1 (permanente)**

Disciplina: <b>CRIATIVIDADE EM PLANEJAMENTO</b>							Código: <b>OC277</b>
Natureza: ( ) Obrigatória (X) 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> <b>CH semanal: 02</b>	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
<b>EMENTA (Unidade Didática)</b> Planejamento de comunicação integrada; fases do planejamento; diagnóstico do público, objetivos, cronograma, metas, estratégias e táticas; ações de Propaganda e de Relações Públicas, avaliação.							
<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**

LUPETTI, Marcilia. Planejamento de comunicação. São Paulo, Futura: 2000.

PREDEBON, José. Curso de Propaganda – do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda. São Paulo: Atlas, 2008.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. São Paulo: Parma, 1995 - 2004.

GALINDO, Daniel (Org) Comunicação Mercadológica – uma visão multidisciplinar. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 2008.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda – teoria, técnica e prática. 7<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.