


**Ficha 1 (permanente)**

|  |                 |                                     |   |                 |                   |                            |
|--|-----------------|-------------------------------------|---|-----------------|-------------------|----------------------------|
| Disciplina: <b>ADMINISTRAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA</b>   |                 |                                     |   |                 |                   | Código: <b>OC279</b>       |
| Natureza:<br>( ) Obrigatória<br>(X) Optativa   |                 | (X) Semestral ( ) Anual ( ) Modular |   |                 |                   |                            |
| Pré-requisito:<br><b>NÃO TEM</b>   |                 | Co-requisito:<br><b>NÃO TEM</b>     | Modalidade: (X) Presencial ( ) Totalmente EaD ( )..... % EaD* |                 |                   |                            |
| <b>CH Total: 30</b>  | Padrão (PD): 30 | Laboratório (LB): 0                 | Campo (CP): 0   | Estágio (ES): 0 | Orientada (OR): 0 | Prática Específica (PE): 0 |
| <p><b>EMENTA (Unidade Didática)</b></p> <p>Conceitos básicos de administração e organizações. Habilidades e funções administrativas: recursos humanos, finanças, produção e marketing.</p>             |                 |                                     |   |                 |                   |                            |
| <p><b>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente:</b> <u>Mário Messagi Junior.</u></p> <p><b>Assinatura:</b></p>  |                 |                                     |   |                 |                   |                            |

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

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Futura, 2004.  
 PEDREBON, José. Curso de Propaganda - Do Anúncio à Comunicação Integrada. São Paulo: Atlas, 2004.  
 SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a Propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- ABREU, Alzira A.e PAULA, Christiane J. (orgs.). Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil, Rio de Janeiro: FGV/ABAP, 2007.  
 KOTLER, Philip. El marketing según Kotler: como crear, ganar y dominar mercados, Buenos Aires, Paidós, 2005.  
 NELSON, Carol e Herschell Gordon Lewis. Advertising Age - Manual de Publicidade, São Paulo: Nobel, 2001.