

PUBLICIDADE E PROPAGANDA BACHARELADO

Portaria de reconhecimento SeRES nº 2.657 de 27/07/2005

Vigente para as turmas ingressantes a partir de 2016

CONJUNTO DE DISCIPLINAS	C.H.
AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA - MERCADO	80
AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA - PEÇAS	40
AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA - TERCEIRO SETOR	40
ANTROPOLOGIA CULTURAL	40
APLICAÇÃO DE TEORIA E MÉTODO DE PESQUISA NA PRODUÇÃO MIDIÁTICA	40
ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO EM PP	40
ATIVIDADE COMPLEMENTAR DIDÁTICA (COMUNIQUE TRÊS)	40
ATIVIDADE COMPLEMENTAR DIDÁTICA (PROJETO DE PESQUISA)	40
ATIVIDADE COMPLEMENTAR DIDÁTICA (PROJETO LEITURAS DO COTIDIANO)	40
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	200
BRANDING E GESTÃO DE MARCA	40
CIBERCULTURA	40
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	40
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	40
CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E ESTRATÉGIAS EM PLATAFORMAS DIGITAIS	80
DIREÇÃO DE ARTE E PLANEJAMENTO GRÁFICO	80
ECONOMIA CRIATIVA	40
ECONOMIA E POLÍTICA BRASILEIRA	40
ELABORAÇÃO DE PROJETO	80
EMPREENDEDORISMO INOVAÇÃO E GESTÃO DE NEGÓCIOS EM COMUNICAÇÃO	40
ESTATÍSTICA APLICADA	40
ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE CONTEMPORÂNEA	40
ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE MODERNA	40
FILOSOFIA E ÉTICA	40
FOTOGRAFIA	40
FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA E O AUDIOVISUAL	40
GESTÃO DE CRISES E IMAGEM	40
GESTÃO ORÇAMENTÁRIA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	40
HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA	40
HISTÓRIA SOCIAL DA COMUNICAÇÃO	40
INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE E PROPAGANDA: HISTÓRIA E TEORIAS	80
INTRODUÇÃO AO MARKETING	40
LEGISLAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	40
LÍNGUA PORTUGUESA (LEITURA E REDAÇÃO)	80
LÓGICA	40
MARKETING	40
MARKETING B2B	40

MARKETING DIGITAL	40
MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE	40
MÍDIA E PLANEJAMENTO DE MÍDIA	40
OFICINA DE PESQUISA APLICADA	80
OFICINA DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL EM PP	80
OPTATIVA I	40
OPTATIVA II	40
OPTATIVA III	40
PESQUISA DE MERCADO	80
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO	40
PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA AUDIOVISUAL	40
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA IMPRESSA	40
PRODUÇÃO TEXTUAL	40
PROJETOS EXPERIMENTAIS	120
PROMOÇÃO E MERCHANDISING	40
PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	40
PSICOLOGIA DO CONSUMIDOR	40
PUBLICIDADE DE VAREJO	40
REALIDADE SÓCIO-ÉTNICO-CULTURAL BRASILEIRA	40
REDAÇÃO PUBLICITÁRIA	40
SOCIOLOGIA	40
STORYTELLING EM MÍDIAS DIGITAIS	40
TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO: ORATÓRIA E EXPRESSÃO CORPORAL	40
TÉCNICAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	40
TECNOLOGIAS EM COMUNICAÇÃO	40
TEORIA E MÉTODO DE PESQUISA	40
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	40
TEORIAS DA LINGUAGEM	40
TÓPICOS AVANÇADOS EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	200

--	--

TOTAL DE HORAS - TÉCNICO-CIENTÍFICA	3200
TOTAL DE HORAS - ATIVIDADES COMPLEMENTARES	200
TOTAL DE HORAS DO CURSO	3400

OPTATIVA: LIBRAS - LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS	40
---	-----------

* Lei nº 10436, de 24 de abril de 2002 / Decreto 5.626, de 22 de novembro de 2005.