

# 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         |
| <b>ATIVIDADES COMPLEMENTARES</b>                                | <b>200</b> |
| 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 |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

|   |             |
|---|-------------|
| <b>TOTAL DE HORAS - TÉCNICO-CIENTÍFICA</b>        | <b>3200</b> |
| <b>TOTAL DE HORAS - ATIVIDADES COMPLEMENTARES</b> | <b>200</b>  |
| <b>TOTAL DE HORAS DO CURSO</b>                    | <b>3400</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>OPTATIVA: LIBRAS - LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS</b> | <b>40</b> |
|---|-----------|

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