

EMENTAS DAS DISCIPLINAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE E PROPAGANDA 4/136
Conceitos sobre os diversos campos de ação da publicidade e propaganda.

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO/PP 3/102
Contextualização histórica, conceitos e funções das Teorias das Escolas de Comunicação.

SOCIEDADE, CULTURA E COMUNICACAO/PP 2/68
Reflexão crítica dos conceitos antropológicos e sociológicos sobre a vida cultural (identidades, linguagens e trocas simbólicas) e social e suas relações com o poder midiático (produção, circulação, difusão e recepção de bens culturais).

FILOSOFIA E ÉTICA DA COMUNICAÇÃO/PP 2/68
Investigação das bases filosóficas e éticas na comunicação.

LÍNGUA PORTUGUESA I/PP 4/136
Linguagem, língua e comunicação; funcionamento dialógico, pragmático e discursivo da linguagem; linguagem verbal na comunicação social (objetividade e subjetividade; intertextualidade e polifonia); elementos de língua padrão.

ARTE E ESTÉTICA EM COMUNICAÇÃO/PP 3/102
Investigação da natureza, história e estilos de arte. Interpretações das estéticas do cotidiano e da existência.

PRINCÍPIOS DA ECONOMIA APLICADOS À COMUNICAÇÃO 2/68
Introdução a Economia. Reflexões críticas sobre a influência do desenvolvimento econômico na comunicação.

PSICODINÂMICA DAS CORES 2/68
Teorias das cores. Aplicação e análise das cores em peças publicitárias.

LEGISLAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA 3/102
Observação e emprego da legislação específica da profissão em peças reais ou fictícias a partir do código de ética do profissional de propaganda e dos órgãos reguladores.

HISTÓRIA DAS DOUTRINAS POLÍTICAS/PP 2/68
Fundamentos históricos e filosóficos da política, da antiguidade à atualidade. Investigação sobre a constituição da sociedade brasileira.

ESTATÍSTICA E PESQUISA MERCADOLÓGICA 3/102
Representação gráfica e tabular. Medidas de posição e de variabilidade. Amostragem e técnicas de pesquisa mercadológica. Testes de hipóteses. Análise de regressão e correlação.

LÍNGUA PORTUGUESA II/PP 3/102

Prática de leitura e produção de texto; texto e textualidade; a construção dos sentidos em textos verbais e não-verbais; linguagem e argumentação; tipologias e gêneros textuais com ênfase nos atos de narrar, relatar e opinar; aspectos morfosintáticos relevantes para a produção de textos.

PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO **2/68**

Identificação e reflexão sobre os diversos fatores psicológicos que permeiam as relações humanas e se refletem no campo da comunicação.

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA I **2/68**

Texto publicitário: produção e análise.

FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA **4/136**

Investigação das técnicas de processamento fotográfico e da utilização e análise da imagem na publicidade.

METODOLOGIA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA **2/68**

Estrutura e desenvolvimento de trabalhos científicos em comunicação.

SEMIÓTICA/PP **2/68**

Elementos de Semiótica: sistemas de significação. Os signos e os meios de comunicação. Modelos semiológicos. Diferentes níveis de codificação da linguagem. A sociedade e o signo.

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA II **2/68**

Texto publicitário: técnicas de construção da mensagem publicitária e suas especificidades.

PESQUISA EM COMUNICAÇÃO **2/68**

Identificação das fases do processo de pesquisa e orientação do aluno para a elaboração de projetos nas diversas áreas do conhecimento humano, incentivando o desenvolvimento de pesquisa científica em comunicação social.

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA **4/136**

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios impressos.

AGÊNCIA DE PROPAGANDA EXPERIMENTAL **2/68**

Agência de Propaganda: gestão, operacionalização e funcionalidade organizacional.

MÍDIA **3/102**

Planejamento, análise e seleção os veículos de comunicação, reconhecendo as características específicas de cada meio e adequando ao objetivo publicitário.

PUBLICIDADE E MERCADO **4/136**

Técnicas e aplicações práticas do Marketing na estrutura organizacional e no mercado.

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PARA RÁDIO **4/136**

Processo de criação e produção de peças publicitárias para rádio; sonorização para outros meios.

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PARA TELEVISÃO E CINEMA **4/136**

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais.

PROJETO EXPERIMENTAL EM PP **2/68**

Aplicação e experimentação das teorias e técnicas da Publicidade e Propaganda no desenvolvimento de um trabalho prático em algum dos segmentos da área, sob a orientação de um professor.

EDUCOMUNICAÇÃO/PP **2/68**

Investigação e reflexão da inter-relação entre a comunicação e a educação.

ESTÁGIO – PRÁTICAS INTEGRADAS EM PP **2/68**

Aplicação das teorias e técnicas aprendidas durante o curso numa experiência prática e real, sob a orientação de um professor orientador e um supervisor da empresa.

TOPICOS ESPECIAIS EM COMUNICACAO SOCIAL/PP **2/68**

Abordagens referentes aos temas da Comunicação Social.

DISCIPLINAS OPTATIVAS

CYBERCOMUNICACAO

Comunicação na rede: investigação das bases de produção de comunicação e reflexão sobre a repercussão e tendências do processo.

RELAÇÕES PÚBLICAS

Planejamento, execução, pesquisa e avaliação da estrutura e funcionamento da atividade de relações publicas.

TEORIAS DA PSICOLOGIA APLICADAS A COMUNICACAO SOCIAL

Teorias e correntes da Psicologia e sua aplicação nas áreas das atividades da comunicação social.

ASSESSORIA INSTITUCIONAL

Técnica e teoria do desenvolvimento de pesquisa e planejamento de comunicação dirigida a instituições sem fins lucrativos.

ASSESSORIA EMPRESARIAL

Técnica e teoria do desenvolvimento de pesquisa e planejamento de comunicação relacionada a administração empresarial.

JORNALISMO CIENTÍFICO

Técnica e teoria da produção da notícia de informação especializada em ciência e tecnologia.

PAUTA, REPORTAGEM E EDICAO EM TV

Estudo aprofundado sobre o processo de produção de notícia para televisão: direção, produção e edição de imagem e som; princípios da transmissão de imagens e equipamentos de televisão.

NOVAS TECNOLOGIAS APLICADAS AO JORNALISMO

Discussão e exploração dos recursos tecnológicos em Jornalismo.

DIDATICA PARA ENSINO SUPERIOR NA AREA DE COMUNICACAO SOCIAL

Fundamentos e metodologias para o Ensino Superior na área da Comunicação Social.

NOVAS TECNOLOGIAS APLICADAS À PP

Discussão e exploração dos recursos tecnológicos em PP.

FUNDAMENTOS CINEMATOGRAFICOS

Investigação das principais teorias cinematográficas. Interpretação de filmes e formação de um discurso audiovisual próprio.

NOVAS TENDÊNCIAS DA PUBLICIDADE

Observação e exploração do panorama mundial da publicidade. Reflexão sobre as principais tendências.

LINGUAGEM DE ÁUDIO E VÍDEO

Aprofundamento dos conhecimentos sobre a linguagem utilizada na elaboração de material publicitário para áudio e vídeo.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Identificação e estudo das necessidades, desejos e hábitos do indivíduo, enquanto agente consumidor. Reflexão sobre os estímulos que motivam o consumidor à ação de compra.