

# Publicidade e Propaganda

## Grade Curricular

4º Período:	Código de disciplinas	Horas	Créditos
<a href="#">Direção Arte em Publ e Prop I</a>	ECL393	60	3
<a href="#">Marketing para Publ e Prop</a>	ECA257	60	4
<a href="#">Pesquisa Merc Opinião Publica</a>	ECA254	60	4
<a href="#">Redação Publicitária I</a>	ECL254	60	3
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		60	4
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		60	4

5º Período	Código de disciplinas	Horas	Créditos
<a href="#">Comp Consum e Segmentação</a>	ECA252	60	4
<a href="#">Mídia</a>	ECA253	60	4
<a href="#">Planejamento de Campanhas</a>	ECA251	60	3
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		60	3
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2



Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		60	4
--	--	----	---

6º Período	Código de disciplinas	Horas	Créditos
<a href="#">Criação Mídias Contemporâneas</a>	ECL391	60	3
<a href="#">Criação Publicitária</a>	ECL249	60	3
<a href="#">História da Propaganda</a>	ECA381	60	4
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		60	4

7º Período	Código de disciplinas	Horas	Créditos
<a href="#">Assessoria de Comunicação</a>	ECA373	30	2
<a href="#">Gestão Organiz P/ Comunicação</a>	ECA486	30	2
<a href="#">Legislação e Ética em Comunicação</a>	ECA374	60	4
<a href="#">Projeto Experimental I</a>	ECA484	60	3
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Habilitação)		60	4



Atividades Acadêmicas Optativas (Grupo Teoria)		30	2
--	--	----	---

8º Período	Código de disciplinas	Horas	Créditos
<a href="#">Projeto Experimental em Publicidade Propaganda</a>	ECAY04	180	6
Atividades Acadêmicas de Livre Escolha		90	6
Atividades Acadêmicas Optativas (GrupoHabilitação)		30	2
Atividades Acadêmicas Optativas (GrupoTeoria)		30	2

## Ementa e Bibliografia

### Disciplinas Obrigatórias

NOME	CODIGO	CH	CR	EMENTA	BIBLIOGRAFIA
Assessoria de Comunicação	ECA373	30	2	Divulgação como ferramenta de Comunicação de Marketing. Planejamento de Comunicação adequado aos objetivos da organização. Imagem pública. Comunicação interna nas organizações. Lobby e relações políticas. Relações comunitárias.	CAHEN, Roger. <i>Tudo que seus gurus de Comunicação Social não lhe ensinaram</i> . São Paulo: Best Seller, 1990. DOTHY, Dorothy. <i>Divulgação Jornalística e Relações Públicas</i> . São Paulo: Cultura Editores Associados, 1990. KOTLER, Phillip. <i>Administração de Marketing</i> . São Paulo: Prentice Hall, 2000. NOGUEIRA, Nemércio. <i>Opinião pública e democracia: desafios à empresa</i> . São Paulo: Nobel, 1987. POAYRES, Walter. <i>Imagem Pública</i> . São Paulo: Globo, 1998.



Comp Consum e Segmentação	ECA252	60	4	Estudo do mercado consumidor, modelos do comportamento do consumidor e fatores influenciadores. Decisão de compra e adoção de novos produtos. Bases para segmentação dos mercados. identificação de segmentos e mercados atrativos.	ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D. MINIARD, P. W. <i>Comportamento do consumidor</i> . Rio de Janeiro: LTC, 1995. KOTLER, Philip. <i>Administração de Marketing: a edição do novo milênio</i> . São Paulo: Prentice Hall, 2000. RIES, Al. TROUT, Jack. <i>Posicionamento</i> . São Paulo: Pioneira, 1993. SCHIFFMAN, Leon G. KANUK, Leslie Lazar. <i>Comportamento do consumidor</i> . Rio de Janeiro: LTC, 2000. UNDERHILL, Paco. <i>Vamos às compras: a ciência do consumo</i> . Rio de Janeiro: Campus, 1
Criação Mídias Contemporâneas	ECL391	60	3	Processos de criação em publicidade abordando as mídias e ações alternativas existentes no mercado publicitário contemporâneo. Conceitos criativos. Criação de peças e ações promocionais e institucionais.	ANDERSON, Chris. <i>A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho</i> . Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2006. KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. <i>Marketing 4.0: do tradicional ao digital</i> . Rio de Janeiro: Sextante, 2017. ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaianne Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôrres de (Orgs.). <i>Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática</i> . Rio de Janeiro: E-papers, 2014.



Criação Publicitária	ECL249	60	3	Processos de criação em publicidade: imagens, argumentos e roteiros. Identificação e análise de produções publicitárias. Direção de criação. Conceitos criativos. Do briefing ao anúncio. Criação de comerciais promocionais e institucionais.	CAMERON, Julia. <i>Guia prático para a criatividade</i> . Rio de Janeiro: Ediomia, 1996. DUAILLIBI, R., SIMONSEN JR., H. <i>Criatividade: a formulação de alternativas em marketing</i> . São Paulo: McGraw-Hill, 1971. OSTROWER, Fayga. <i>Criatividade e processos de criação</i> . Petrópolis: Vozes, 1997. VIEIRA, Stalimir. <i>Raciocínio criativo na publicidade</i> . São Paulo: Loyola, 1999. VESTERGAARD, Torben. <i>A linguagem da propaganda</i> . São Paulo: Martins Fontes, 1998
Direção Arte em Pub e Prop I	ECL393	60	3	Uso de comunicação visual na elaboração de trabalhos para atingir os objetivos do planejamento publicitário. Conceitos criativos, temas de campanhas e direção de arte.	CESAR, Newton. <i>Direção de arte em propaganda</i> . Brasília: SENAC, 2006. LUPTON, Ellen. <i>Pensar com tipos</i> . São Paulo: CosacNaify, 2006. AUMONT, Jacques. <i>A imagem</i> . São Paulo: Papirus, 14ª ed., 2009. MENNA BARRETO, Roberto. <i>Criatividade em propaganda</i> . São Paulo: Summus, 13ª ed., 2004. BARTOMEU, João Vicente. <i>Criação em propaganda impressa</i> . São Paulo: Futura, 2002
Gestão Organiz P/ Comunicação	ECA486	30	2	Teorias de organização e de administração. Princípios e funções organizacionais. O ambiente sócio-organizacional, modelos e cenários. Organização inovadora. Planejamento e implementação de plano de ação administrativa. Tecnologia de informação gerencial. Comportamento organizacional.	CHIAVENATO, Idalberto. <i>Teoria geral da administração</i> . São Paulo: McGraw Hill, 1979. RIBEIRO, Julio (et.al.). <i>Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar</i> . São Paulo: Atlas, 1995. SANTANNA, Armando. <i>Propaganda, teoria, técnica e prática</i> . São Paulo: Pioneira, 1998.



História da Propaganda	ECA381	60	4	Formação e desenvolvimento da atividade publicitária no Brasil e no exterior. Atualidades. Contextualização da atividade a partir de fatos sociais, políticos, econômicos, culturais e tecnológicos.	CASSRASCOZA, João Anzanelo. <i>A evolução do texto publicitário</i> . São Paulo: Futura, 1999. CASTELO BRANCO, Renato, MARTENSEN, Rodolfo Lima, REIS, Fernando. <i>História da propaganda no Brasil</i> . São Paulo: T. A. Queiroz, 1990. OLESEN, Jens, BARROS, Altino. <i>McCann: 50 anos em 2</i> . São Paulo: Siciliano, 1995. PERISCINOTO, Alex. <i>Mais vale o que se aprende que o que te ensinam</i> . São Paulo: Best Seller, 1995. VIEIRA, Lula. <i>Loucuras de um publicitário</i> . Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.
Legislação e Ética em Comunicação	ECA374	60	4	Ética e direito: o tradicional e na civilização tecnológica. Direito à informação. Legislação de atividades de comunicação. Direitos e deveres. Direito autoral. Legislação específica. Código de defesa do consumidor. Regulamentação da profissão.	ANDRÉ, Alberto. <i>Ética e códigos da comunicação social</i> . Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 1995. CAMPANHOLE, GIACOMINI Filho, Gino. <i>Consumidor versus Propaganda</i> . São Paulo: Summus, 1991. <i>Vademecum jurídico das empresas de radiodifusão</i> . Brasília: ABERT. Legislação disponível na página <a href="http://208.184.234.136/a_juri.cfm">http://208.184.234.136/a_juri.cfm</a>
Marketing para Publicidade e Propaganda	ECA257	60	4	Fundamentos, teoria e prática do marketing com ênfase no comportamento do consumidor e nas funções de comunicação e seus efeitos. Composto mercadológico e suas potencialidades. Plano de ação mercadológica.	AMBROSIO, Vicente. <i>Plano de marketing passo a passo</i> . Rio de Janeiro: Reichman & Affonso, 1999. BOONE, Louis E. KURTZ, David L. <i>Marketing contemporâneo</i> . Rio de Janeiro: LTC, 1998. KOTLER, Philip. <i>Administração de Marketing: a edição do novo milênio</i> . São Paulo: Prentice Hall, 2000. NICKELS, W., WOOD, M. <i>Marketing: relacionamentos, qualidade, valor</i> . Rio de Janeiro: LTC, 1999. SOUZA, F. A. Madia. <i>Marketing pleno</i> . São Paulo: Makron Books, 1999.



Mídia	ECA253	60	4	Fundamentos conceituais de mídia. Técnicas básicas de pesquisa de mídia e sua utilização. Leitura, análise e uso de pesquisas e de tabelas de preço. Planejamento estratégico de mídia. Relação da atividade de mídia com a de criação.	KOCH, V. <i>A interação pela linguagem</i> . São Paulo: Contexto, 1992 MANEY, K. <i>O futuro da megamídia</i> . São Paulo: Makron Books, 1997. TAHARA, Mizuho. <i>Contato imediato com a mídia</i> . São Paulo: Summus, 1994. RIES, Al., TROUT, Jack. <i>Posicionamento; como a mídia faz a sua cabeça</i> . São Paulo: Pioneira, 1993. SCHWARTZ, T. <i>Mídia; o segundo Deus</i> . São Paulo: Summus, 1995
Pesquisa Merc Opinião Publica	ECA254	60	4	Pesquisa de mercado; tipos, técnicas e métodos. Amostragem. Planejamento da pesquisa, coleta, organização, análise e interpretação de dados. Conceituação de público e de opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública.	AAKER, David A. KUMAR, V. DAY, George S. <i>Pesquisa de mercado</i> . S. Paulo: Atlas, 2001. BOYD JR, Harper, WESTFALL, Ralf. <i>Pesquisa mercadológica</i> . Rio de Janeiro: FGV, 1993. LANE, Robert E. <i>A opinião pública</i> . Rio de Janeiro: Zahar, 1996. POYARES, Walter. <i>Imagem pública</i> . São Paulo: Globo, 1998. SAMARA, Beatriz Santos. <i>Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia</i> . São Paulo: Makron Books, 1997.
Planejamento de Campanhas	ECA251	60	3	Estudo dos fundamentos teóricos do planejamento de comunicação e propaganda e suas principais técnicas de elaboração e execução.	CESAR, C. <i>Como falar no rádio - prática de locução AM e FM</i> . São Paulo: Ibrasa, 1990. PRADO, E. <i>Estrutura da informação radiofônica</i> . São Paulo: Summus, 1989. CHANTLER, P. e HARRIS, S. <i>Radiojornalismo</i> . São Paulo: Summus, 1992. PORCHAT, M.E. <i>Manual de radiojornalismo (Jovem Pan)</i> . São Paulo: Atica. 1990.



Projeto Experimental em Publicidade Propaganda	ECA484	180	6	Elaboração do trabalho de final de curso correspondente à habilitação do aluno. Confirmação do tema e do orientador. Coleta e tratamento dos dados e informações. Revisão da literatura. Normas para elaboração de monografias e relatórios técnicos.	CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. <i>Metodologia científica</i> . São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983. DENCKER, A. F. M. <i>Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação)</i> . São Paulo: Futura. 2000. KÖCHE, J. C. <i>Fundamentos de metodologia científica</i> . Petrópolis: Vozes, 1997. LAKATOS, E. M., MARCONI, M. de A. <i>Fundamentos de metodologia científica</i> . São Paulo: Atlas, 1996. RUSSO, M., CAVALCANTI, I. G. M. et al. <i>Manual para elaboração e normalização de dissertações e teses</i> . Rio de Janeiro: [s.n.], 1997. 1v. Original datilografado.
Projeto Experimental I	ECA484	60	3	Etapas de desenvolvimento do trabalho de final de curso; escolha do tema e do orientador; definição de objetivos; delimitação do tema; pesquisa bibliográfica; métodos de pesquisa; plano de trabalho; normas para elaborar monografias e relatórios técnicos.	DENCKER, A. F. M. <i>Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação)</i> . São Paulo: Futura. 2000. CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. <i>Metodologia científica</i> . São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983. KÖCHE, J. C. <i>Fundamentos de metodologia científica</i> . Petrópolis: Vozes, 1997. LAKATOS, E. M., MARCONI, M. de A. <i>Fundamentos de metodologia científica</i> . São Paulo: Atlas, 1996. RUSSO, M., CAVALCANTI, I. G. M. et al. <i>Manual para elaboração e normalização de dissertações e teses</i> . Rio de Janeiro: [s.n.], 1997. 1v. Original datilografado





Redação Publicitária I	ECL254	60	3	Estudo das técnicas de redação de propaganda em diferentes meios: impresso, eletrônico, cinematográfico, radiofônico, etc.. O texto publicitário nas diferentes mídias. Evolução histórica, peças notáveis. Fases e estilos. Principais expressões brasileiras. Briefing publicitário e redação do anúncio. O anúncio como uma solução possível do problema mercadológico.	ANZANELLO CARRASCOZA, João. <i>Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo.</i> São Paulo: Futura, 2003. BARRETO, Tiago. <i>Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário.</i> São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. CESAR, Newton: <i>Mídia eletrônica. A criação de comerciais para TV, rádio e internet.</i> Rio de Janeiro: 2AB, 2008. FIGUEIREDO, Celso. <i>Redação publicitária: sedução pela palavra.</i> São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
------------------------	--------	----	---	--	---

## Disciplinas Complementares de Escolha Restrita

### Grupo de Habilitação

NOME	CODIGO	CH	CR	EMENTA
Administração em Publicidade e Propaganda	ECA472	60	4	Administração: princípios, conceitos e funções. Teorias de administração. O ambiente sócio-organizacional. Modelos de gestão, cenários. Processo de organização. Organização inovadora. Planejamento e implementação de um plano de ação administrativo em publicidade e propaganda.
Agência Experimental	ECL510	60	2	Desenvolvimento de portfólio de trabalho com vistas à apresentação do aluno ao mercado, abrangendo todo o campo da propaganda: do briefing ao planejamento, da pesquisa ao diagnóstico, da consulta ao planejamento de mídia, da criação à produção publicitária.
Apresent e Interpret em Vídeo	ECL507	30	1	Os diversos tipos de apresentação de programas de TV, telejornalismo, esportes, auditório, entrevistas, variedades. Apresentação em planos fechados e abertos. A leitura do script televisivo. Respiração, expressão facial e corporal, gesto, olhar, projeção e articulação vocal, interpretação do texto e postura.



Assessoria de Imprensa e de Comunicação	ECL471	60	3	Assessoria de imprensa: história, técnicas, produtos e serviços. A assessoria de imprensa como braço da assessoria de comunicação. O conceito de comunicação organizacional integrada e suas ferramentas: da teoria à prática. Cultura organizacional e fluxos de comunicação no interior das organizações. O papel estratégico da comunicação no gerenciamento de crises de imagem. Do relacionamento com a mídia ao relacionamento em rede. Assessoria de imprensa e mídias digitais: desafios e oportunidades.
Cálculo Custos Matérias Primas	ECA351	60	4	Organização das empresas de comunicação. Custos editoriais. Administração de recursos. Análise de custos. Preparação de orçamentos. Matérias-primas e insumos. Tipos de impressão, custo industrial, lucro e margem de distribuição, cálculo de preço. Políticas governamentais para matérias-primas.
Computação Gráfica P/ Vídeo	ECA371	60	3	Teoria e prática da Computação Gráfica aplicada à Televisão. Princípios e fundamentos da constituição da imagem digital. Programas auxiliados por computador para desenho, tratamento de imagem, animação 2D e 3D.
Comunicação Dirigida	ECA473	30	2	Estudo das técnicas da comunicação dirigida através de propaganda em meios impressos e eletrônicos da sua evolução histórica, fases e estilos, aprofundamento e extensão.
Comunicação e Cenografia	ECA475	30	2	O espaço cênico como instrumento de comunicação. A linguagem da cenografia. Leitura e avaliação de um projeto cenográfico. Concepção e planejamento de cenários. A relação entre cenografia, o figurino e a iluminação.
Comunicação e Estatística	ECA245	30	2	Conceitos e noções fundamentais. Séries estatísticas. Preparação de dados para análise estatística. Elaboração de tabelas e gráficos. Captação, organização e análise de dados sobre produtos e mercados. Aplicação de softwares estatísticos.
Comunicação Política Eleitoral	ECL492	60	3	Estudo da aplicação das técnicas de propaganda aos processos político e eleitoral no planejamento de campanhas.
Criação Radiofônica	ECL255	60	3	Formas e possibilidades expressivas da linguagem sonora. O rádio como arte do tempo. A linguagem escrita e a linguagem falada. Valores e características do meio rádio. Estrutura do texto radiofônico. Prática de redação, improviso e interpretação.
Direção Arte em Publ e Prop II	ECL027	60	3	A direção de Arte Publicitária em meios digitais, eletrônicos e cinematográficos. Conceitos criativos, temas de campanha e direção de arte.
Edição de Trilha Sonora	ECL376	60	3	Sincronismo imagem-ruído-fala-música. Música incidental e integração da música no espetáculo audio-visual. Funções da música no acompanhamento do espetáculo cênico. Aplicabilidade de cores sonoras que caracterizam e ressaltam o "som da cena".



Elementos de Linguagem Musical	ECL247	60	4	Nocoes basicas de teoria musical. Compasso, andamentos ritmo. Musica popular e musica erudita. Generos e estilos em musica. Efeitos expressivos em musica. Musica e sonoplastia. Musica como expressao do momento historico.
Est da Ling Bras de Sinais I	LEB599	60	4	Nomes próprios; pronomes pessoais; demonstrativos; possessivos; locativos em sentenças simples do tipo pergunta-resposta com "o que" e "quem" e outros vocábulos básicos; numerais; quantidade; topicalização; flexão verbal; flexão de negação; expressões faciais e corporais; percepção visual; conversação; diálogos; textos: LIBRAS, cultura e comunidade surda.
Expr Ling Comu Pol e Eleitoral	ECL028	30	2	Estudo da expressão, linguagens e da aplicação das técnicas de propaganda aos processos político e eleitoral no planejamento de campanhas.
Foto Publicitária	ECL508	60	3	Fundamentos e técnicas da fotografia como instrumento de comunicação aplicada à propaganda. Fotografia química e digital na publicidade. Escolha e orientação do profissional de fotografia com vistas à produção fotográfica aplicada à publicidade. Utilização de bancos de imagens.
Fotografia Experimental A.	ECL023	30	2	Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processos experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web.
Fotografia Experimental B.	ECL024	30	2	Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processos experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web.
Fotografia Experimental C.	ECL025	60	4	Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processo experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web
Fotografia Experimental D.	ECL026	60	4	Especialização em teoria e história da fotografia, técnicas e processo experimentais. Fotografia convencional e digital para cinema, vídeo e web
Gravação e Mixagem de Áudio	ECA354	60	3	Tipos de microfones e sua utilização. Técnicas de gravação e mixagem de som. Operação em estúdio, operação em externa. Edição de som. Análise comparativa de gravações. O som no rádio, na televisão, no cinema, no teatro, no disco e no show ao vivo.
Layout Editorial	ECL381	60	3	História da expressão gráfica. Técnica de preparação do layout. Arte final tradicional e digital. Cores, diagramação, estética e estilos, a tipologia, cálculo de texto e legibilidade, papel e seu aproveitamento. Apresentação dos produtos editoriais: relatórios, manuais etc.
Marketing para Radio e Tv	ECA370	30	2	Noções de pesquisas de marketing e de audiência. Comportamento da audiência. Análise do ambiente competitivo de RTV. Segmentação. Posicionamento. Composto de marketing para produtos de RTV. Comercialização dos produtos de RTV. Princípios de marketing.



Organização e Produção Eventos	ECA001	60	3	Na cultura organizacional contemporânea é recorrente o uso do marketing cultural e da cultura do entretenimento como forma de fortalecimento da identidade de marca das Instituições. A disciplina se propõe a refletir sobre essa prática, discutindo-a conceitualmente e ainda operacionalizando as suas ferramentas para a produção do evento Interseção - Semana de Propaganda e Marketing da ECO-UFRJ, que entrou para o calendário da escola no ano de 1999, sob a coordenação docente da professora da disciplina.
Processos Gráficos	ECL239	60	4	Processos industriais em diferentes formatos. Tipos de impressoras. Tipos de impressão. Equipamentos e filmes. Papéis e tintas. Fitolito. Fitolito digital. Tipos de provas. Escalas de cores. Relação custo/benefício da impressão em gráfica ou bureau. Novas tecnologias.
Prod Public P Radio TV e Cinem	ECL367	60	3	Estudo das técnicas de produção em televisão, rádio e cinema (RTVC) aplicadas à realização do anúncio para a propaganda nesses meios. O processo de produção de peças publicitárias para TV, rádio e cinema. Enfoque prático que permita ao aluno o contato com os equipamentos de cada meio.
Produção de Audiovisual	ECA355	60	3	Fases e equipe da realização de produto audiovisual privilegiando o ponto de vista da produção. O mercado hoje. Novas tecnologias e possibilidades profissionais. Análise de roteiro do ponto de vista da produção. Análise técnica, orçamento, cronograma.
Produção de Mídias Digitais	ECA005	60	4	Elaboração, desenvolvimento e instalação de arquivos complexos para meios digitais. Produção de animação 2D e 3D. Arquivos de peças publicitárias desenvolvidos em linguagem HTML.
Produção Gráfica	ECL366	60	3	Fundamentos da comunicação visual e da produção gráfica. Preparação e desenvolvimento das artes convencionais e das artes digitais. Etapas de um projeto gráfico - da composição até a produção e acabamento das peças publicitárias. Do layout à arte final.
Produção para a Internet	ECL515	60	2	Elaboração, instalação e manutenção de uma homepage. Aspectos avançados do processo de produção digital; desenvolvimento de plugins; programas de interface cliente/servidor WWW; programação interativa na Internet.
Produção Radiofônica	ECL388	60	3	Técnicas de realização de programas de rádio. Da idéia ao roteiro. Desenvolvimento, gravação e apresentação de programas. Os gêneros radiofônicos: a revista, o documentário, a crônica e o humor. Do esquete ao radioteatro.
Programação Visual	ECL517	60	3	Elementos de sinalização. linguagens verbais e não verbais. Introdução ao design: 2D e 3D.



Promoção e Merchandising	ECL453	30	2	Fundamentos das técnicas de promoção de vendas e de merchandising. Análise de casos específicos. Planejamento de campanhas específicas.
Rádio e Tv Comunitários	ECL509	30	2	O rádio e a TV como meios de expressão comunitários. A formação e a gestão de uma emissora de rádio e de TV. Análise de casos.
Redação Publicitária II	ECL029	60	3	Aprofundamento do estudo das técnicas de redação de propaganda em meios. O texto publicitário nas diferentes mídias. O spot radiofônico e o jingle. O roteiro audiovisual. Evolução histórica. Fases e estilos. Principais expressões brasileiras. Briefing publicitário e redação do anúncio. O anúncio como possível solução do problema mercadológico.
Roteiro e Red de Audiovisual	ECL256	60	3	O roteiro e os processo de produção audiovisual. Funções e usos do texto no audiovisual. O processo de criação e os elementos do roteiro. O drama. formas de apresentação do roteiro. Diálogos e narração. Adaptação de obras literárias.
Seminário Comun Marketing A.	ECW005	60	4	Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.
Seminário Comun Marketing B.	ECW006	60	4	Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.
Seminário Comun Marketing C.	ECW007	60	4	Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.
Seminário Comun Marketing D.	ECW008	60	4	Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.
Seminário Comun Marketing E.	ECW009	60	4	Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado.
Seminário Comun Marketing F.	ECW010	60	4	Especialização em comunicação e marketing. Conteúdos de marketing especializado
Seminário em Comunicação A.	ECS500	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação B.	ECS501	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação C.	ECS502	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.



Seminário em Comunicação D.	ECS503	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação E.	ECS504	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação F.	ECS505	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação G.	ECS005	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação H.	ECS006	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação I.	ECS008	30	2	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação J.	ECS009	60	4	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação K.	ECS010	60	4	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação L.	ECS011	60	4	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação M.	ECS012	60	4	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação N.	ECS013	60	4	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Seminário em Comunicação O.	ECS014	60	4	Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens de Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes da Comunicação.
Tópicos Especiais Criação A.	ECL030	60	4	Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processos de criação para mídias convencionais e digitais.



Tópicos Especiais Criação B.	ECL031	60	4	Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processos de criação para mídias convencionais e digitais.
Tópicos Especiais Criação C.	ECL032	30	2	Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processo de criação para mídias convencionais e digitais.
Tópicos Especiais Criação D.	ECL033	30	2	Especialização em teoria e história dos processos criativos, técnicas e processos experimentais. Processo de criação para mídias convencionais e digitais.

### Grupo Teoria

NOME	CODIGO	CH	CR	EMENTA
Comunic Cidad Política I	ECS510	60	4	Indivíduo, sociedade e construção da noção de cidadania na modernidade. Meios de comunicação, as fronteiras e interações entre o público e o privado. Análise do caso brasileiro.
Comunic Cidad Política II	ECS511	60	4	As relações de poder nos processos de comunicação. Processos subjetivos em jogo nas configurações contemporâneas de poder. Impacto das novas tecnologias sobre discursos e práticas políticas. Análise do contexto brasileiro
Comunic Cidad Política III	ECS512	60	4	Emergências de novos sujeitos sociais e a rearticulação do campo da política. Globalização, fragmentação e pluralidade no mundo contemporâneo.
Comunic Cidad Política IV	ECS513	60	4	Tópicos especiais em comunicação e política
Comunic e Arte Contemp I	ECS506	60	4	O hipertexto como campo conceitual múltiplo, com seus sistemas, programas e interfaces, que vão da multimídia à Web, que permite reencenar e repensar a história e a cultura da escrita.
Comunic e Arte Contemp II	ECS507	60	4	A imagem em suas dimensões técnicas, discursivas, cognitivas e afetivas. Análise das alterações provocadas pelas novas tecnologias da imagem, em particular a realidade virtual e a multimídia sobre os sistemas comunicacionais.
Comunic e Arte Contemp III	ECS508	60	4	Os processos interativos experimentais em obras que transformaram a produção estética do século XX através de trabalhos gerados por operações com novos dispositivos tecnológicos de comunicação. Discutir a construção de interfaces poéticas que inauguram um amplo e novo campo da comunicação como arquitetura da informação.
Comunic e Arte Contemp IV	ECS509	30	2	Tópicos especiais em arte contemporânea
Comunic Espetac Cultura I	ECS518	60	4	Os novos rituais da comunicação e as novas formas de sociabilidade. As redefinições do sagrado e do profano. Mitologias da pós-modernidade. Análise do caso brasileiro.



Comunic Espetac Cultura II	ECS519	60	4	A lógica política e cultural do consumo. Estilo de vida, consumo e cidadania. A redefinição das fronteiras: mídia e culturas híbridas. Análise do caso brasileiro.
Comunic Espetac Cultura III	ECS520	60	4	Da cultura letrada ao audiovisual: da narrativa literária à narrativa cinematográfica e televisiva. Análise comparativa e tendências contemporâneas.
Comunic Espetac Cultura IV	ECS521	60	4	Apresentação das principais teorias e movimentos cinematográficos. O cinema das origens. O Cinema Narrativo Clássico. Vanguardas Históricas. O Cinema Moderno. Cinema no Brasil. Para além do Cinema.
Comunic Espetac Cultura V	ECS522	60	4	Estética, teoria do gosto e razão das formas sensíveis na vida social. A obra de arte em face da produção e consumo em massa de bens culturais. Os meios de comunicação enquanto dispositivos de estetização: sociedade do espetáculo e crítica contemporânea da estética
Comunic Espetac Cultura VI	ECS523	60	4	Tópicos especiais sobre a espetacularização da cultura contemporânea.
Comunic Glob Soc Tecn I	ECS514	60	4	Espaço e Globalização na Sociedade Tecnocomunicacional. Espacialidade e novas distribuições entre o humano e no não-humano. Hibridismo cultural e mediação generalizada. A cultura como interface: os novos processos de individuação e virtualização. Excesso de informação e agentes informacionais no espaço da rede.
Comunic Glob Soc Tecn II	ECS515	60	4	Espaço e Globalização na Sociedade Tecnocomunicacional. Espacialidade e novas distribuições entre o humano e no não-humano. Hibridismo cultural e mediação generalizada. A cultura como interface: os novos processos de individuação e virtualização. Excesso de informação e agentes informacionais no espaço da rede.
Comunic Glob Soc Tecn III	ECS516	60	4	Sujeito e Comunicação na tecnocultura Globalizada. Mídia e valor na tecnocultura; mediação generalizada e rede; disciplina e controle. As tecnologias da informação e a multiplicação congênita: bancos de dados, dividuação e excesso de informação na determinação da subjetividade. inteligência artificial e consciência contemporânea. Sociabilidade e identidade na internet.
Comunic Glob Soc Tecn IV	ECS517	60	4	Tópicos especiais sobre globalização e sociedade tecnológica.
Consumo Verde	ECA506	45	3	Educação formal, Continuada, Profissionalizante, TV e Rádio Educativa. Tecnologias Educacionais, Produção de Programas Educativos para Rádio, Televisão, Vídeo e Internet, Equipamentos, Escolha da mídia, Pré-Produção, Produção, Pós-Produção.
Fund Direitos Humanos	NEP110	60	4	Visa a necessidade e a possibilidade de uma fundamentação filosófica dos direitos humanos, para determinar o conteúdo e construir argumentos racionais na sua implementação. Identificando os principais desafios para afirmação e a realização dos direitos humanos e conhecer algumas propostas contemporâneas de Fundamentação Filosófica dos Direitos Humanos.





Fund Polít Públicas Dir Hum	NEP120	60	4	Tem por finalidade discutir a necessidade e a possibilidade de uma fundamentação filosófica das políticas públicas, para construir argumentos racionais na sua implementação e identificar os principais desafios para sua afirmação e realização. Conhecer algumas propostas contemporâneas de fundamentação filosófica das políticas em direitos humanos.
Teoria Direitos Fundamentais	NEP101	60	4	Tem como objetivo discutir uma teoria dos direitos fundamentais com base nas normas positivadas constitucionais, no direito comparado e na jurisprudência, proporcionando ao aluno uma visão sobre alcance e limites da proteção e promoção destes direitos
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum I	NEP130	60	4	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum II	NEP140	60	4	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum III	NEP141	60	4	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum IV	NEP142	60	4	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum V	NEP143	60	4	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum VI	NEP144	30	2	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção
Tóp Esp Polít Públ Dir Hum VII	NEP145	30	2	Discussão de temas específicos em políticas públicas e direitos humanos com base no processo histórico e nas críticas contemporâneas, proporcionando ao aluno uma visão sobre o alcance e limites da sua proteção e promoção