|  |
| --- |
|  ***Estrutura Curricular (EC)*** |
| Formulário nº 13 – ***Especificação da Disciplina/Atividade***  |
| **Conteúdo de estudos**seminários curriculares |
| Nome da Disciplina/Atividade | Código | Criação ( ) |
| Seminários 2 | **GCO 00355** | Alteração: nome ( ) CH ( ) |
| Departamento/Coordenação de Execução: Comunicação Social |
| Carga Horária total: 30h Teórica: 30h Prática: Estágio:  |
| Disciplina/Atividade: Obrigatória ( X ) Optativa ( ) AC ( ) |
| Objetivos da Disciplina/Atividade: |
| Aproximar o aluno das atividades profissionais das diversas áreas de conhecimento depublicidade e propaganda, com a realização de seminários com profissionais do mercado e deegressos do curso. |
|  |
| Descrição da Ementa: |
| Palestras com profissionais das diversas áreas de conhecimento em publicidade e propaganda. Avaliação: Os alunos serão divididos em equipes de planejamento, organização, captação e execução do evento onde serão avaliados com nota a participação, assiduidade, espírito de equipe e capacidade de organização e criação. |
|  |
|  |
| Bibliografia Básica: |
| Mattelart. Michèle & Armand, História das Teorias da Comunicação. SP, Brasil, Ed., 1999Loyola.Neusa Demartini Gomes. Publicidade ou propaganda? É isso aí! Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia.Vol. 1, No 16 (2001).J.B. Pinho, Propaganda Institucional: Usos e funções da Propaganda em RelaçõesPúblicas. Summus Editorial |
|  |
|  |
| Bibliografia Complementar: |
| SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z, Editora Campus, 2003. 390p. |
| SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica, prática. Pioneira Thomson Learning, 2002 ou 8ª edição. |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_CoordenadorData \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Chefe de Depto/CoordenadorData \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ |