

ESTRUTURA CURRICULAR PUBLICIDADE E PROPAGANDA 92 (2013)

Disciplina	Carga Horária	Crédito	Pré-requisito
1º Período			
Comunicação Oral e Escrita I	60	04	
Introdução a Publicidade e Propaganda	60	04	
Sociologia	60	04	
Comunicação e Cultura Contemporânea	30	02	
Fundamentos de Marketing I	30	02	
Editoração Eletrônica	30	02	
Fotografia Básica	30	02	
Criatividade	30	02	
Metodologia da Pesquisa Científica	30	02	
Total	360	24	
2º Período			
Teoria da Comunicação I	30	02	
Comunicação Oral e Escrita II	30	02	Comunicação Oral e Escrita I
Psicologia	30	02	
Filosofia e Ética	60	04	
Estatística	30	02	
Fundamentos de Marketing II	30	02	Fundamentos de Marketing I
Estética	30	02	
Editoração Eletrônica Avançada	30	02	
Fotografia Avançada	30	02	
Criação I (redação e direção de arte)	60	04	
Total	360	24	
3º Período			
Teoria da Comunicação II	30	02	Teoria da Comunicação I
Empreendedorismo	30	02	
Antropologia	30	02	
Legislação e Negócios em PP	30	02	
Arte Contemporânea	30	02	
Expressão Oral	30	02	
Economia	30	02	
Composto de Marketing	30	02	
Cenas Midiáticas (Políticas da Comunicação)	30	02	
RTVC I (Rádio, Televisão e Cinema)	30	02	
Criação II (redação e direção de arte)	60	04	Criação I (redação e direção de arte)
Total	360	24	
4º Período			
Semiótica I	30	02	
Análise Sócio Econômica e Política Brasileira	30	02	
Contextos Criativos	30	02	
Comportamento do Consumidor	30	02	
Criação III (redação e direção de arte)	60	04	Criação II (redação e direção de arte)
Comunicação Integrada de Marketing	30	02	
Pesquisa Mercadológica	30	02	
Arenas Digitais e Mídias Sociais I	30	02	
RTVC II (Rádio, Televisão e Cinema)	30	02	RTVC I (Rádio, Televisão e Cinema)
Total	300	20	
5º Período			
Semiótica II	30	02	Semiótica I
Criação IV (redação e direção de arte)	60	04	Criação III (redação e direção de arte)
Teoria e Método da Pesquisa	30	02	
Gestão de Contatos com a Marca	30	02	
Comunicação Institucional	30	02	
Produção Eletrônica	60	04	
Arenas Digitais e Mídias Sociais II	30	02	Arenas Digitais e Mídias Sociais I
Planejamento de Marketing	30	02	
Tópicos Especiais (Disciplina Optativa)	30	02	
Total	300	20	
6º Período			
Investigação em Comunicação	60	04	Metodologia da pesquisa científica, teoria e método da pesquisa e 60% do curso concluído.
Planejamento em Comunicação I	60	04	
Merchandising e Promoção de Vendas	30	02	
Produção Gráfica e Digital	60	04	
Fotografia Publicitária	30	02	
Mídia	60	04	
Total	300	20	
7º Período			
Atendimento em PP	30	02	
Planejamento de Mídia	30	02	
Planejamento em Comunicação II	30	02	Planejamento em Comunicação I
Planejamento Digital	30	02	
Planejamento Promocional de Eventos	30	02	
Campanha Publicitária	60	04	
Neuromarketing	30	02	
TCC I	60	04	Investigação em comunicação
Total	300	20	
8º Período			
Economia Criativa	30	02	
Sociedade e Meio Ambiente	30	02	
Comunicação Política	30	02	
Estágio	90	06	
Projeto Experimental	90	06	70% do curso + planejamentos (marketing, comunicação II, mídia, digital e eventos)
TCC II	60	04	TCC I
Total	330	22	
Tópicos Especiais	90		
Atividade Complementar de Graduação	120		
TOTAL DE HORAS DO CURSO	2.820		