

Disciplina: Criatividade em Planejamento		Código: HT/OC277
Natureza: () obrigatória (x) optativa	Semestral (x) Anual () Modular ()	
Pré-requisito:	Co-requisito:	
Modalidade: (x) Presencial () EaD () 20% EaD		
C.H. Semestral Total: 60h C.H. Modular Total: PD: 30 LB: 00 CP: 00 ES: 00 OR: 30 C.H. Semanal: 04		
EMENTA (Unidades Didáticas) Planejamento de comunicação integrada; fases do planejamento; diagnóstico do público, objetivos, cronograma, metas, estratégias e táticas; ações de Propaganda e de Relações Públicas, avaliação		
PROGRAMA (itens de cada unidade didática) Fases do planejamento de comunicação e planejamento de campanha publicitária. Público, estratégia, orçamento, cronograma, avaliação. Prática de planejamento para o desenvolvimento do Anuário de Criação da UFPR – Ponto Pasta 2012.		
OBJETIVO GERAL ○ Planejar o V Anuário de Criação Publicitária da UFPR – Ponto Pasta 2012. OBJETIVO ESPECÍFICO ○ Aperfeiçoar técnicas de planejamento.		
PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS Aulas expositivas; Estudos teóricos e análises de caso; Prática orientada para o planejamento do Anuário Ponto Pasta 2012.		
FORMAS DE AVALIAÇÃO Prova teórica individual e em grupo planejamento para o Anuário Ponto Pasta 2011.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA (3 títulos) BIBLIOGRAFIA BÁSICA (3 TÍTULOS) LUPETTI, Marcilia. Planejamento de comunicação. São Paulo, Futura: 2000. PREDEBON, José. <i>Curso de Propaganda – do anúncio à comunicação integrada</i>. São Paulo: Atlas, 2004.		

PÚBLIO, Marcelo Abílio. *Como planejar e executar uma campanha de propaganda*. São Paulo: Atlas, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (2 TÍTULOS)

GALINDO, Daniel (Org) *Comunicação Mercadológica – uma visão multidisciplinar*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 2008.

SANT'ANNA, Armando. *Propaganda – teoria, técnica e prática*. 7^a. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.