

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PESQUISA CIENTÍFICA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA						Código: OC186	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa			(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: OC072		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
<p>EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>O lugar da publicidade e propaganda na pesquisa científica em comunicação. O campo da publicidade e propaganda e suas especificidades: temáticas, objetos de estudo, metodologias, instituições que incentivam investigações científicas. Características do artigo científico, sua importância, aspectos a serem considerados na escolha do tema, elementos e etapas para sua elaboração. Construção do projeto de pesquisa para o artigo científico de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda segundo regimento de Produção Científica em Publicidade e Propaganda.</p>							
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p> <p>Assinatura:</p> 							

**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MALDONADO, Alberto Efendy et al. Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

MINAYO, Maria Cecília S.; GOMES, Suely Ferreira D. R. Pesquisa social. Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2007.

PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. (Org.). Por uma publicidade livre sempre. São Paulo: INMOD / ABP2 / PPGCOM – ECA – USP, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DUARTE, J. BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2015

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2007.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2003.