

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PRODUÇÃO INOVADORA EM COMUNICAÇÃO VI						Código: OC206
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa			(x) Semestral () Anual () Modular			
Pré-requisito: -----		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () __%			
CH Total: 30	Padrão (PD): 0	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
CH semanal: 02						
EMENTA (Unidade Didática) Projeto de pesquisa, planejamento, execução, abertura e gestão de empresas inovadoras em comunicação.						
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u> Assinatura: 						

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BONA, Nívea Canalli. Publicidade e Propaganda: da agência à campanha. São Paulo: Ibex, 2011.
PINEIRO, Duda. GULLO, José. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas Editora, 2014.
YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARRETO, Roberto Menna. Agência de propaganda e as engrenagens da história. São Paulo: Summus, 2006.
CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo, Senac, 2008.
SISSORS, Jack Z.; BUMBA, L. J. Planejamento de Mídia. São Paulo: Nobel, 2001.