



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1959 - INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE E PROPAGANDA
Turma	PPM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Conceitos sobre os campos de ação da publicidade e propaganda.

I. Objetivos

Demonstrar e utilizar os conceitos iniciais e gerais sobre conteúdos voltados a comunicação social com ênfase na Publicidade e Propaganda, desenvolvendo nos alunos uma visão sobre os diversos segmentos do mercado publicitário.

II. Programa

2.1 Publicidade e Propaganda - conceitos e histórico 2.1.1 Etimologia e origem histórica; 2.1.2 O processo de comunicação; 2.1.3 Comunicação de Massa; 2.1.4 Segmentação da comunicação; 2.1.5 Comunicação contemporânea. 2.2 Atuação profissional e mercado de trabalho 2.2.1 Mercado de trabalho; 2.2.2 Agência de publicidade; 2.2.3 Tendências do mercado publicitário; 2.2.4 Uso das cores como elemento de emoção e persuasão; 2.3 Veículos e ferramentas da comunicação 2.3.1 Linguagem da publicidade; 2.3.2 Leis publicitárias; 2.3.3 Mídias suas funções e aplicações; 2.3.4 Veículos de comunicação; 2.3.5 Cultura e propaganda; 2.3.6 Noções de marketing; 2.3.7 Publicidade Global; 2.3.8 Propaganda ideológica; 2.3.9 Propaganda subliminar.

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, análise de cases voltados ao trabalho e aplicação dos conceitos repassados, exposições de trabalhos.

IV. Formas de Avaliação

Trabalhos práticos e teóricos em sala, individuais e em grupo, seminários e provas descritivas e/ou práticas.

V. Bibliografia

Básica

CARVALHO, Nelly. Publicidade: a linguagem da sedução. São Paulo: Editora Ática, 2001. GUMMESSON, Evert. Marketing de relacionamento total. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 368p. PEREZ, Clotilde. Comunicação & Marketing. São Paulo: Futura, 2002. PREDEBON, José. Curso de propaganda: do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004. SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A à Z. Rio de Janeiro: Campus, 1995. SANT'ANNA, Armando. Propaganda: Teoria, técnica e prática. 8ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Complementar

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. Heliodoro Teixeira Bastos e Clotilde Perez (revisores). São Paulo: Edgard Blücher, 2006. CORRÊA, Roberto. Contato Imediato com planejamento de propaganda, 9 ed. São Paulo: Global, 2004.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 001/2011
Data: 08/02/2011