

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1º PERÍODO	400	2º PERÍODO	400
LÍNGUA PORTUGUESA	80	COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO TEXTUAL	40
FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO	40	PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	40
ANTROPOLOGIA CULTURAL	40	SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E DA MÍDIA	40
IMAGEM E COMPOSIÇÃO VISUAL	40	ECONOMIA CRIATIVA E COMPARTILHAMENTO	40
FUNDAMENTOS DO MARKETING	40	COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING	40
PROJETO INTEGRADOR	40	FOTOGRAFIA DIGITAL	40
TEORIA DA MÍDIA E PLATAFORMAS DIGITAIS	40	PROJETO INTEGRADOR	40
INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE E PROPAGANDA: HISTÓRIA E TEORIAS	40	CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS, REDES E COMPARTILHAMENTO	40
ÉTICA E LEGISLAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	40	REDAÇÃO PUBLICITÁRIA E STORYTELLING	40
		CRIATIVIDADE E PROCESSOS DE CRIAÇÃO	40
3º PERÍODO	0	4º PERÍODO	400
LINGUAGEM E ANÁLISE TEXTUAL	40	COMUNICAÇÃO ORAL E TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO	40
TEORIAS DA COMUNICAÇÃO I	40	TEORIA DA COMUNICAÇÃO II	40
HISTÓRIA DA ARTE	40	ARTE E CULTURA BRASILEIRA	40
MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO	40	EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO	40
GESTÃO DE NEGÓCIOS EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	40	PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	80
CRIAÇÃO VISUAL E MULTIMÍDIA	40	NEUROCIÊNCIAS, COMPORTAMENTO E CONSUMO	40
DIREÇÃO DE ARTE	80	PESQUISA DE MARKETING	40
FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	80	BRANDING: CRIAÇÃO E GESTÃO DE MARCAS	40
		DESIGN DE MARCAS, CRIAÇÃO DE LOGOTIPOS E IDENTIDADE VISUAL	40
5º PERÍODO	0	6º PERÍODO	0
NEUROCIÊNCIAS, COMPORTAMENTO E CONSUMO	40	DESIGN THINKING	40
PROMOÇÃO, MERCHANDISING E EVENTOS	40	RELAÇÕES PÚBLICAS E ASSESSORIA DE IMPRENSA	40
GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (B2B e B2C)	40	FUNDAMENTOS DE MÍDIA	40
ESTATÍSTICA E ANÁLISE DE DADOS	40	MARKETING E COMUNICAÇÃO DIGITAL	40

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA IMPRESSA	80	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA DIGITAL: INTERFACES E MÍDIAS INTERATIVAS	80
CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL I	80	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL II	80
CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA I	80	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA II	80
7º PERÍODO	0	8º PERÍODO	0
PLANEJAMENTO DE CARREIRA E MARKETING PESSOAL	40	ORIENTAÇÃO DE PROJETO EXPERIMENTAL	200
PLANEJAMENTO DE PROJETO EXPERIMENTAL	80		
TÓPICOS AVANÇADOS EM PROPAGANDA, PUBLICIDADE E MARKETING	80	ATIVIDADES COMPLEMENTARES	200
PLANEJAMENTO DE MÍDIA	80		
PLANEJAMENTO FINANCEIRO DE CAMPANHA	40		
GESTÃO DE PROJETOS PUBLICITÁRIOS	40		
CRIAÇÃO DE CAMPANHAS E PORTFÓLIO FINAL	40		

Total de carga horária em horas aula 1400

Total de carga horária em horas relógio 1367