



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: CONSULTORIA A PROJETOS DE COMUNICAÇÃO (LFE em Marketing e Criação)		Código da Disciplina: ENEX00498
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Planejamento e Marketing	
Carga horária: 72h	() Teórica (x) Prática	Etapas: 8ª
Ementa: Apoio ao desenvolvimento do projeto do Trabalho de Conclusão de Curso. Discussão sobre o planejamento e criação. Disciplina de apoio para desenvolvimento do TCC.		
Objetivos: Elaborar conteúdos comunicacionais que respondam à problemas e situações identificados através de levantamentos e pesquisas efetuadas.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Aplicação dos conhecimentos adquiridos no decorrer de todo curso para a elaboração de trabalhos de TCC. Dar condições de conhecimento dos fundamentos que permitam uma síntese e análise para tomadas de decisão.	Analisar, compreender, relacionar, desenvolver e aplicar os conceitos adquiridos no cenário cotidiano atual, tendo como objetivo apresentar soluções para o TCC.	Interessar-se na compreensão e identificação das soluções dos problemas identificados nas pesquisas e análises propostos pelo TCC, de maneira criativa, atual, atendendo as implicações sociais e culturais e de maneira ética.
Conteúdo Programático O conteúdo programático segue o desenvolvimento do roteiro de TCC, conforme opção dos alunos, e atende as soluções relativas à pesquisa, marketing, criação, mídia e metodologias empregadas para sua elaboração.		
Metodologia Consultorias aos alunos para sanar dúvidas específicas relativas ao TCC. Participação ativa dos alunos através de apresentações e discussões em sala de aula, mediadas e comentadas pelo professor.		
Critérios de avaliação P1 – Prova individual e sem consulta (peso 1). P2 – Apresentações parciais do trabalho (peso 1 para cada apresentação). P3 – Apresentações finais dos trabalhos (peso 1). Prova substitutiva – prova individual e sem consulta referente a toda matéria dada no semestre. Prova Final – prova individual e sem consulta referente a toda matéria dada no semestre.		
Bibliografia básica FIGUEIREDO, Celso. <i>A última impressão é a que fica</i> . São Paulo: Thomson, 2007. KOTLER, Philip. <i>Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle</i> . 5. ed. São WESTWOOD, John. <i>O plano de marketing</i> . 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2007		



Bibliografia complementar

CESAR, Newton. *Direção de arte em propaganda*. 2. ed. São Paulo: Futura, 2001.

MATTAR, Fauze Nagib. *Pesquisa de marketing: metodologia; planejamento*. São Paulo: Atlas, 2000.

PASQUALE, Perrotti P. *et al. Comunicação Integrada De Marketing - A Teoria Na Prática*. São Paulo: Elsevier, 2011.

SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 2000.

TAMANHAHA, Paulo. *Planejamento de Mídia: teoria e experiência*. 2ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.