



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input checked="" type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	---	-----------------------------------

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
COMN0059	Projetos de Comunicação Integrada	30	30	3	60	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

EMENTA

A integração da comunicação multiplataforma com as novas arenas da comunicação com o mercado. A relação do marketing e da comunicação com o universo da Moda, dos Esportes, do Entretenimento, dos Eventos, entre outros setores estratégicos da atualidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Sociedade do espetáculo
- As novas arenas da comunicação com o mercado
- Linguagens híbridas na comunicação
- Live Marketing
- Marketing de Eventos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COVALESKI, Rogério. Cinema e publicidade. Intertextos e hibridismos. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2015.
 GRACIOSO, Francisco. As novas arenas da comunicação com o mercado. São Paulo: Atlas, 2008.
 VASCONCELOS, Luciene R. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSAD, Nancy. Marketing de conteúdo. Como fazer sua empresa decolar no meio digital. São Paulo: Atlas, 2016.
 BUENO, Wilson da Costa (org). Estratégias de comunicação nas mídias sociais. São Paulo: Manole, 2015.
 HELENA, Raul de Santa; PINHEIRO, Antônio Jorge Alaby. Muito além do merchan! Como enfrentar o desafio de envolver as novas gerações de consumidores. São Paulo: Campus/Elsevier, 2012.
 JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
 NETO, Francisco Paulo de Melo. Marketing de eventos. Rio de Janeiro: Editora Sprint, 1998.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 08/11/2022

EMENTA Nº 1817/2022 - SEGEC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 08/11/2022 19:20)

MARCELO MACHADO MARTINS

COORDENADOR - TITULAR

CGCS (12.33.18)

Matrícula: 1508076

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
1817, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **08/11/2022** e o código de verificação: **5300a685bc**