



Universidade Federal do Ceará  
Instituto de Cultura e Arte  
Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda  
PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>1. Identificação</b>			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda			
1.3. Disciplina: Introdução à Publicidade	1.4. Código: ICA1384	1.5. Caráter e regime de oferta: (Obrigatória/Semestral)	1.6. Carga Horária: 32 h/a (2 créditos)
1.7. Pré-requisito (quando houver):			
1.8. Co-requisito (quando houver):			
1.9. Equivalências (quando houver):			
1.10. Professores ( Nomes dos professores que ofertam): Glícia Maria Pontes Bezerra			
<b>2. Justificativa</b>			
Trata-se da primeira disciplina a apresentar conteúdo direcionado a publicidade e a propaganda. É a introdução ao conteúdo específico do curso.			
<b>3. Ementa</b>			
Conceitos de publicidade e de propaganda. Relação da publicidade com o marketing. Aspectos históricos, sociais, artísticos, políticos, culturais e econômicos da publicidade. Aspectos do fazer publicitário. Áreas de atuação do publicitário.			
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>			
I – GERAL			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Apresentar aos alunos os conceitos iniciais de publicidade e de propaganda. Discutir a contribuição da Publicidade e da Propaganda na construção dos processos culturais, sociais, políticos e econômicos.</li></ul>			
<b>5. Bibliografia</b>			
5.1. Bibliografia Básica			
Básica:			
BARBOSA, Ivan; PEREZ, Clotilde (Org.). Hiperpublicidade - Fundamentos e Interfaces (vol.1). São Paulo: Thomson Learning, 2007.			
BIGAL, Solange. O que é Criação Publicitária (ou O Estético na Publicidade). 2ª ed. São Paulo: Nobel, 1999.			
CAETANO, Joaquim A da Conceição; MARQUES, Humberto e SILVA, Carlos Manuel. Publicidade - Fundamentos e Estratégias. São Paulo: Escola Editora, 2011.			
GASTALDO, E. Publicidade e Sociedade - Uma Perspectiva Antropológica. Rio Grande do Sul: Editora Sulina, 2013.			
5.2. Bibliografia Complementar			
BARBOSA, Ivan; PEREZ, Clotilde (Org.). Hiperpublicidade - Atividades e Tendências (vol.2). São Paulo: Thomson Learning, 2007.			

CARVALHO, Gilmar. O Gerente Endoidou - Ensaio Sobre Publicidade e Propaganda. Fortaleza: Omni Editora, 2008.

MARSHALL, Caroline. Tudo Sobre Publicidade: Guia Prático de A a Z. São Paulo: Nobel Editora, 2002.