

Períodos	Ordem	Nome Disciplina	CH Total	Tipo Componente	CH Teórica	CH Prática	CH Estágio	CH Extensão	CH Outros	Tipo Disciplina	Crédito
<b>1º PERÍODO</b>											
1º	1	Comunicação e Carreira	60	Institucional	0	0	0	0	60	ON.A	4
1º	2	Estudos de Consumo e Comportamento do Consumidor	90	Comum entre Cursos	0	0	0	0	90	ON.A	6
1º	3	Teorias e Técnicas Publicitárias	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
1º	4	Teorias da Comunicação	30	Específica	30	0	0	0	0	PR	2
1º	5	Redação Publicitária I	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
1º	6	História da Publicidade e Propaganda	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
<b>Subtotal</b>			<b>270</b>	<b>Subtotal</b>	<b>75</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>150</b>	<b>Subtotal</b>	<b>18</b>
<b>2º PERÍODO</b>											
2º	1	Projeto de Extensão I	60	Extensão	0	0	0	60	0	HB	4
2º	2	Fotografia Publicitária	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
2º	3	Sociologia e Antropologia	60	Institucional	0	0	0	0	60	ON.A	4
2º	4	Redação Publicitária II	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
2º	5	Ferramentas Estatísticas	60	Comum de Área	30	30	0	0	0	PR	4
2º	6	Planejamento Estratégico e Inteligência Competitiva	60	Comum de Área	30	30	0	0	0	PR	4
<b>Subtotal</b>			<b>300</b>	<b>Subtotal</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20</b>
<b>3º PERÍODO</b>											
3º	1	Tecnologia e Inovação	60	Institucional	0	0	0	0	60	ON.A	4
3º	2	Projeto de Extensão II	60	Extensão	0	0	0	60	0	PR	4
3º	3	Gestão de Marketing	60	Comum de Área	15	15	0	0	30	HB	4
3º	4	Criação e Direção de Arte I	60	Específica	30	30	0	0	0	PR	4
3º	5	Redação Publicitária III	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
3º	6	Semiótica	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
<b>Subtotal</b>			<b>300</b>	<b>Subtotal</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>90</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20</b>
<b>4º PERÍODO</b>											
4º	1	ESG	60	Institucional	0	0	0	0	60	ON.A	4
4º	2	Projeto de Extensão III	60	Extensão	0	0	0	60	0	HB	4
4º	3	Criação e Direção de Arte II	60	Específica	30	30	0	0	0	PR	4
4º	4	Metodologia e pesquisa em comunicação	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
4º	5	Comunicação e Produção Cultural	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
4º	6	Desenvolvimento de Produtos	60	Comum de Área	45	0	0	0	15	HB	4
<b>Subtotal</b>			<b>300</b>	<b>Subtotal</b>	<b>105</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>75</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20</b>

5º PERÍODO											
5º	1	Legislação, Ética e Produção Intelectual	30	Específica	30	0	0	0	0	PR	2
5º	2	Planejamento de Comunicação Integrada	60	Específica	0	0	0	0	60	ON.A	4
5º	3	Projeto de Extensão IV	60	Extensão	0	0	0	60	0	HB	4
5º	4	Estética e Arte	30	Específica	30	0	0	0	0	PR	2
5º	5	Mídias e Convergência	60	Específica	30	30	0	0	0	PR	4
5º	6	Gestão da Inovação e Criatividade	60	Comum entre Cursos	0	0	0	0	60	ON.A	4
<b>Subtotal</b>			<b>300</b>	<b>Subtotal</b>	<b>90</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>120</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20</b>
6º PERÍODO											
6º	1	Projeto de Extensão V	60	Extensão	0	0	0	60	0	HB	4
6º	2	Gestão do Composto Promocional e Branding	90	Comum entre Cursos	0	0	0	0	90	ON.A	6
6º	3	Marketing Digital	60	Comum de Área	0	45	0	0	15	HB	4
6º	4	Produção Audiovisual	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
6º	5	Cinema e Animação	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
6º	6	Desenvolvimento de Equipes e Liderança	60	Comum de Área	30	0	0	0	30	ON.A	4
<b>Subtotal</b>			<b>330</b>	<b>Subtotal</b>	<b>60</b>	<b>75</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>135</b>	<b>Subtotal</b>	<b>22</b>
7º PERÍODO											
7º	1	Pesquisa, Ferramentas de Análise de Marketing	90	Comum entre Cursos	0	0	0	0	90	ON.A	6
7º	2	Eventos e Ferramentas Promocionais	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
7º	3	Eletiva I	60	Comum entre Cursos	0	0	0	0	60	ON.A	4
7º	4	Assessoria de Comunicação e Relações Públicas	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
7º	5	Storytelling e Produção de Conteúdo	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
7º	6	Trabalho de Conclusão de Curso I	60	Específica	30	30	0	0	0	PR	4
<b>Subtotal</b>			<b>300</b>	<b>Subtotal</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>150</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20</b>
8º PERÍODO											
8º	1	Métricas em Marketing	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
8º	2	Eletiva II	60	Comum entre Cursos	0	0	0	0	60	ON.A	4
8º	3	Ferramentas de Comunicação Organizacional e Relacionamento	60	Comum entre Cursos	30	30	0	0	0	PR	4
8º	4	Roteiro, Storyboard e Cenografia	30	Específica	15	15	0	0	0	PR	2
8º	5	Trabalho de Conclusão de Curso II	60	Específica	30	30	0	0	0	PR	4
8º	6	Gestão de Startups e Empreendedorismo Digital	60	Comum entre Cursos	0	0	0	0	60	ON.A	4
<b>Subtotal</b>			<b>300</b>	<b>Subtotal</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>120</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20</b>
ACC		Atividades Complementares	300	ACC					300	ACC	

<b>SUBTOTAL</b>	<b>2700</b>	<b>660</b>	<b>540</b>	<b>0</b>	<b>300</b>	<b>1200</b>
-----------------	-------------	------------	------------	----------	------------	-------------

<b>Eletivas</b>	<b>CH Total</b>	<b>Tipo Componente</b>
Marketing Pessoal e Profissional	60	Institucional
Economia Criativa	60	Comum entre Cursos
Ciência de Dados para a Tomada de Decisão	60	Comum entre Cursos
Gestão de Micro e Pequenas Empresas	60	Comum entre Cursos
Fotografia Instrumental	60	Específica

<b>Optativas</b>	<b>CH Total</b>	<b>Tipo Componente</b>
Libras	30	Institucional
Ferramentas de Design Aplicadas ao Marketing	90	Comum entre Cursos
Vendas Digitais, E-Commerce e CRM	90	Comum entre Cursos