

Processos e linguagens em Publicidade e Propaganda

- *Tendências contemporâneas das linguagens da publicidade e da propaganda.
- *Publicidade como objeto de pesquisa: identidade, representação, consumo e produção de sentido.
- *Dimensões sociais e políticas da publicidade e propaganda.
- *Pesquisa de mercado, planejamento e mídia em publicidade e propaganda.
- *Interfaces entre publicidade, entretenimento e informação.
- *Práticas midiáticas, estratégias mercadológicas e métricas no contexto da convergência entre meios, sujeitos e marcas.
- *Prática profissional no Brasil e no mundo: aspectos éticos e legais da publicidade e propaganda.

