



TCC

CALENDÁRIO 2019/1- PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Projetos Experimentais e Monografias

13 a 28 de junho

Semestre	Dia	Horário	Discentes	Títulos	Modalidade	Orientador (a)	Banca	Sala
7º	13/jun	19h	Pedro Ferreira da Silva Junior	O mercado automobilístico e a sua relação com a segmentação por luxo; uma análise das estratégias de promoção das marcas em mídias sociais	Monografia	Prof. Wesley Pinheiro	Profª Alessandra Barros Profª Fabiana Mendes	Sala 2.01
8º	13/jun	21h	Evandro Matheus dos Santos Fernandes Isaque Lucas Borges dos Santos Eder Jonatas Sousa Oliveira	Planejamento de Comunicação Integrado: Um rejuvenescimento para a nostálgica Bala Juquinha	PEX	Prof. Vanderlei Postigo	Profª Fabiana Mendes Prof. Daniel Paletta	Sala 3.07
8º	17/jun	19h	Alexandre Cardoso Cabral Anna Paula Silva Sales Carla Guimarães Ferreira Guilherme Gomes Oliveira Jessica Luana Souza Santos Luara Rigo Aguiar	Planejamento de campanha da marca Trakinás	PEX	Profª Fernanda Budag	Profª Marcella Faria Profª Alessandra Barros	Sala 1.07
8º	17/jun	20h	Diego Lombardi Ribeiro	Kidult: reflexões acerca de relações entre a descen-tração da idade nas identi-dades culturais e a lingua-gem da animação em Bojack Horseman	Monografia	Profª Marcella Faria	Profª Fernanda Budag Profª Cleusa Sakamoto	Sala 1.07
7º	17/jun	21h	Manoela Jared Gonçalves Silva	Marketing de causas sociais e a questão dos refugiados	Monografia	Profª Marcella Faria	Profª Fernanda Budag Profª Cleusa Sakamoto	Sala 1.07
8º	19/jun	21h	Aline Viana de Oliveira Fernando Picazio Senna Matheus Oliveira dos Santos Rodrigo Almeida de Santana	Desdobrando a Marca Dobra	PEX	Profª Fernanda Budag	Profª Patrícia Campinas Prof. Wesley Pinheiro	Sala 2.07
7º	24/jun	19h	Anderson Rocha Araujo Luan Gustavo Brito da Silva Maiara Santos Neris Mariana da Silva Menezes	Clube da Preta: afroem-preendedorismo e comuni-cação como ferramentas de luta das periferias	PEX	Profª Fernanda Budag	Profª Marcella Faria Prof. Renato Candido	Sala 2.03
7º	24/jun	20h	Carolina Elizaur Cavalcante Carolina Karen Silva Alves Igor Leandro da Silva Matheus Toledo Augusto Monique Cunha de Oliveira	Planejamento de Comuni-cação para a linha Barbearia da marca GRANADO	PEX	Profª Alessandra Barros Marassi	Prof. Wesley Pinheiro Profª Fernanda Budag	Sala 2.05
7º	24/jun	20h	André Luiz Marçola	As Causas Sociais na Publicidade - Rumo a Novas Simbólicas	Monografia	Prof. Giovanni Vella	Prof. Elinaldo Meira Profª Marcella Faria	Sala 2.08
7º	24/jun	21h30	Victor Gomes de Oliveira Sousa	Anitta: os processos de produção e consumo cultural na pós-modernidade	Monografia	Profª Fernanda Budag	Profª Marcella Faria Prof. Rogério Tineu	Sala 2.03
7º	25/jun	19h	Andressa Evelin dos Santos Pereira	A relação participativa dos consumidores e influen-ciadores digitais no mar-keting da Salon Line	Monografia	Profª Marcella Faria	Profª Alessandra Barros Prof. Vanderlei Postigo	Sala 2.08
7º	25/jun	20h	Deise Cristina Dutra da Conceição	A importância da comuni-cação na indústria alimentícia relacionada ao Food DesignD DESIGN	Monografia	Profª Marcella Faria	Profª Alessandra Barros Prof. Vanderlei Postigo	Sala 2.08
7º	26/jun	19h	Gabriel Moraes Dos Passos Milena Assis Silva Thauane Diniz Siqueira William Gabriel Santiago Gois	Renew na Avon: campanha de comunicação digital para jovializar a marca	PEX	Prof. Wesley Pinheiro	Profª Alessandra Barros Profª Fernanda Budag	Sala 2.08
7º	26/jun	20h	Rafael Augusto Bonfim Romilda Cordeiro Sarmento Vinicius Norba Sobral	Plano de comunicação integrada para a marca Tagima: do Brasil para o mundo, no mercado de instrumentos musicais	PEX	Profª Fernanda Budag	Profª Alessandra Barros Prof. Vanderlei Postigo	Sala 2.08
7º	26/jun	21h	Ana Carolina Souza de Oliveira Glayser Silva Ramos Pedro Henrique Lopes Garcia Rômulo Martins Vitoria Oliveira Valentim	Alimentação e consumo consciente: um plano de comunicação para Guincho Cozinha e Coquetelaria	PEX	Profª Fernanda Budag	Profª Alessandra Barros Profª Patrícia Campinas	Sala 2.08