

ÁREA: COMUNICAÇÃO

Sub-Áreas: Teoria da Comunicação

Descrição:

Comporta pesquisas que visam discutir sobre as teorias que norteiam o universo da comunicação e estimular o conhecimento sobre a prática. Pesquisas que buscam compreender a relação entre a sociedade e a comunicação social.

Linhas de Pesquisa:

1) Interfaces Sociais da Comunicação

2) A imprensa popular como ferramenta no exercício de cidadania

3) Estudo dos Meios e da Produção Midiática

5) Tecnologia da Informação e Comunicação

6) Sociedade da Informação

8) Jornalismo Cultural e Jornalismo Literário

9) Relações Culturais e Cultura de Massa

10) Fotografia e Fotojornalismo

12) Cultura Pop e Música Pop

Sub-Áreas: Jornalismo e Comunicação Visual

Descrição:

Envolve Pesquisas que estudam os diferentes meios de comunicação, suas especificidades, ferramentas, linguagem e público.

Linhas de Pesquisa:

1) Comunicação Visual

2) Jornalismo Audiovisual

3) Produção Jornalística e Telejornalismo e Jornalismo Online

4) Jornalismo Investigativo, Jornalismo e Política

5) História da Imprensa e Imprensa Alternativa

Sub-Área: Propaganda

Descrição:

Campanhas de comunicação mercadológicas. Refere-se ao Trabalho de Conclusão de Curso (PEPP) do curso de Publicidade e Propaganda, com proposta de comunicação mercadológica para uma empresa real, tendo como base pesquisas primárias e secundárias. Pesquisas que visam compreender a sociedade sob a perspectiva do comunicador social. Campanhas de conscientização e de mercado atingem a sociedade. Aprofundamento e desenvolvimento e divulgação de conhecimento e prática nas áreas estratégicas de mercado. Estudo e aplicabilidade das estratégias de gestão às teorias de marketing.

Linhas de Pesquisa:

1) Comunicação e Sociedade

2) Comunicação Integrada de Marketing

3) Gestão estratégica para o terceiro setor

4) Análise de campanhas de mercadológicas e sua influência na população de Ribeirão Preto