



**Universidade
Anhembi Morumbi**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Escola de Ciências Humanas e Sociais

Guia Rápido do Curso Superior de Publicidade e Propaganda

Universidade Anhembi Morumbi

Fundada, em 1970, com o intuito de oferecer o primeiro curso superior de Turismo do Brasil, a Universidade Anhembi Morumbi ampliou a oferta de cursos em diferentes áreas durante a década de 1980. Credenciada como universidade na década de 1990, inaugurou o segundo campus, localizado na região da Mooca, para oferta concentrada de cursos na área da Saúde. Nas duas primeiras décadas do novo milênio, a Universidade continuou a trajetória de expansão com o lançamento de novos campi – Morumbi, Vale do Anhangabaú, Paulista 1 e Paulista 2 – e polos de educação a distância em diversas regiões.

Ao longo de sua história, a Anhembi Morumbi se tornou reconhecida pela oferta de cursos inéditos como Gastronomia, Aviação Civil, Design Digital, Quiropraxia, Moda e Estética.

Em 2005, torna-se uma universidade internacionalizada ao integrar a Rede Internacional de Universidades Laureate, dinamizando ainda mais o binômio “criatividade e inovação” que sempre esteve presente na Anhembi Morumbi. Com a internacionalização, passou a proporcionar aos estudantes a oportunidade de formação e atuação mundial por meio de programas exclusivos de intercâmbio para complemento das matrizes curriculares, dupla diplomação e estágio internacional, entre outros.

Situada em São Paulo, a Anhembi Morumbi tem, atualmente, mais de 46 mil estudantes em cursos de graduação e pós-graduação lato sensu, nas modalidades presencial e a distância, além de pós-graduação stricto sensu e cursos de extensão.

A Universidade tem como missão: “Prover educação de alta qualidade, formando líderes e profissionais capazes de responder às demandas do mundo globalizado e contribuir para o progresso social e ambiental com espírito empreendedor e valores éticos”. Sua visão é: “Consolidar nossa posição de liderança no Ensino Superior em todas as áreas de conhecimento em que atuamos, formando o maior número de profissionais diferenciados, por meio da excelência acadêmica, inovação e internacionalidade”.

Nossos valores modelam nossas ações, potencializando ainda mais resultados sempre voltados à educação e excelência acadêmica, assegurando a perenidade de nossa Instituição, que valoriza a paixão, o respeito à diversidade, o trabalho em equipe, a inovação, o foco em resultado, a responsabilidade corporativa, o compromisso social, a ética e a transparência.

Escola de Ciências Humanas e Sociais

A Escola de Ciências Humanas e Sociais – ECHS surge no segundo semestre de 2016, como fruto da reorganização acadêmica da Universidade, reunindo cursos que pertenciam às antigas Escola de Negócios, Escola de Comunicação e Escola de Educação e alguns cursos da Escola de Artes, Arquitetura, Design e Moda. Atualmente, a ECHS é composta por cinco áreas de atuação, assim segmentadas: Artes, Comunicação, Educação, Negócios, Turismo e Hospitalidade.

A Escola de Ciências Humanas e Sociais tem por objetivos:

- Priorizar a compreensão da realidade contemporânea;
- Desenvolver um ambiente acadêmico que privilegie a pesquisa científica aplicada;
- Potencializar atividades complementares a fim de ampliar a gama de conhecimento dos estudantes;
- Utilizar e aprimorar a educação a distância utilizando-se de tecnologias de informação e comunicação;
- Executar avaliações contínuas – formativas e somativas – estimulando estudantes à proatividade em sua formação e desempenho;
- Estabelecer parcerias no âmbito da comunidade interna, da sociedade civil e do mercado que potencializem a capacidade de formação profissional e humana entre os estudantes;
- Promover a qualificação e avaliação do pessoal técnico-administrativo e do corpo docente, estimulando-os à permanente qualificação e valorizando-os como centros do processo de ensino-aprendizagem;
- Fortalecer a integração entre estudantes, professores e funcionários.

A competência empreendedora e a atuação profissional do estudante, princípios fundamentais da Universidade, têm implicado agilidade na compreensão das tendências do mercado profissional e no planejamento e aplicação do projeto pedagógico das áreas compreendidas nas Ciências Humanas e Sociais. Nesse sentido, os cursos que

compõem a ECHS têm claros vínculos com mercado e comunidade. Seja por parcerias firmadas com empresas, seja pelo trabalho regular em atividades de extensão, no âmbito institucional ou no interior dos Projetos Pedagógicos de cada curso.

Sobre o curso

O curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Anhembi Morumbi é o primeiro curso do Brasil a obter a Acreditação Internacional pela IAA (International Advertising Association), cujo objetivo é credenciar programas de educação formal que preparam os alunos para a indústria de comunicações comerciais global. Os benefícios do curso com Acreditação IAA incluem:

- a) Reconhecimento internacional da qualidade do conteúdo do curso na indústria de publicidade e propaganda;
- b) Listagem de instituição e curso no site IAA global;
- c) Recursos educacionais exclusivos para uso em sala de aula;
- d) Networking e interação com profissionais da indústria global;
- e) Potenciais oportunidades de programa de estágio;
- f) Certificado de Conclusão IAA atribuído aos graduados aprovados;
- g) Profiling de especialistas acadêmicos credenciados e áreas de pesquisa relevantes.

A aplicação prática do conhecimento no curso proporciona aos estudantes aulas com softwares utilizados no mercado, em razão da parceria com entidades como Ibope, Ipsos Connect e IVC – Instituto Verificador de Circulação e Arquivo da Propaganda. Isso estimula o talento dos estudantes e a criatividade, o que se reverte em prêmios e reconhecimentos importantes, como os conquistados por alunos e ex-alunos, como o 1º lugar Brasil Central do Outdoor 2007 e 2008, o 1º lugar no Prêmio Nescafé, o 2º lugar no Concurso Central de Outdoor, o 1º lugar no Festival do Filme Publicitário em Gramado e o Destaque em Ponto de Venda e em Criatividade e Ousadia do Concurso APP, Prêmio Aberje 2014.

Além disso, é possível estagiar na Agência Experimental, supervisionada por professores em tempo integral com o objetivo principal de proporcionar aos estudantes vivência na área de formação com clientes reais. Os estudantes que atuam na AgeCom tem a oportunidade de vivenciar todas as áreas de uma agência: atendimento, planejamento, criação, mídia, produção gráfica, produção audiovisual, eventos, fotografia, promoção, pesquisa de mercado e conteúdo para redes sociais, o que resultou na conquista de estágios/empregos em grandes agências do mercado como WMcCann, Young & Rubicam e Publicis. Os clientes de 2015: Alpargatas/Mizuno, Timberland, Doppia Interiores e Instituto Sem Grilo.

Objetivo geral do curso

Capacitar os estudantes ao conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais. Estimular a habilidade do aluno em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais da área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e de suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.

Objetivos específicos

- a) Capacitar o estudante na criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica referente às mídias, práticas profissionais e sociais relacionadas com estas e suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- b) Tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
- c) Planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de embalagens, de identidade corporativa e de assessoria publicitária de informação.

Público-alvo

O curso se destina a pessoas interessadas em desenvolver, ampliar ou formalizar competências e habilidades na área de publicidade e propaganda. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de comunicação – mídia, criação, planejamento, produção publicitária, direção de arte, fotografia publicitária, pesquisa de comportamento de compra – ou como empreendedores.

Disciplinas

ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA

A disciplina introduz, desdobra e aprofunda os conceitos que compõem as áreas específicas das ciências sociais, enfatizando a antropologia social. Discute as sociedades contemporâneas, em especial, relações sociais, políticas, econômicas e culturais. Aborda a diversidade cultural brasileira, suas manifestações e produção material.

ARTE E CULTURA

Discute as diferentes linguagens manifestas na cultura e na arte ao propor uma reflexão, contextualização e análise crítica da produção artística e cultural, além de apresentar as implicações socioculturais da sociedade contemporânea.

COMPORTAMENTO DE COMPRA E CONSUMO

A disciplina apresenta e discute o estudo do comportamento do consumidor em aspectos cognitivos, percepções, atitudes, influências ambientais, aspectos demográficos e psicográficos que englobam estímulos aos diferentes apelos mercadológicos e de comunicação.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Aborda aspectos relacionados à organização de textos produzidos em diferentes linguagens. Fornece subsídios teóricos e práticos para produção de textos coerentes, compreensão da intertextualidade, tipos de texto e gêneros de discurso, relacionando-os a seus contextos de produção e recepção.

COMUNICAÇÃO VISUAL

A disciplina enfoca desde a teoria das cores e tipologias até os elementos técnicos para materialização de ideias criativas. Mostra a união entre teoria e prática da comunicação visual, visando formas de desenvolvimento de projetos visuais.

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA

Orienta metodologicamente o processo criativo aplicado à publicidade e propaganda, relacionando-o às necessidades do ambiente de uma agência. Trabalha estímulos visuais e verbais em propostas reais de criação



adequadas aos meios de comunicação. Explora leitura de planos de marketing, comunicação e mídia, elementos de sustentação de uma boa criação publicitária.

DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

Explora de que maneira se desenvolve o psiquismo a partir da inserção do indivíduo no ambiente psicossocial, identificando as manifestações do inconsciente no comportamento do sujeito. Aborda o fenômeno da percepção e sua relação com o desenvolvimento de aptidões mentais. Dedicar-se, também, à psicologia organizacional e ao impacto da comunicação, motivação e liderança nas relações de trabalho.

DESIGN NA WEB

Enfoca definições hipertexto, navegação e interatividade para elaboração de projetos de páginas com temas específicos e animações para aplicação da linguagem HTML. Proporciona relações entre conteúdo e forma nas interfaces digitais. Desenvolve a integração com outras tecnologias para agilidade em criação e design para a construção de modelos interativos.

DESKTOP PUBLISHING

Introduz os procedimentos técnicos e conceituais na criação e produção de material gráfico utilizando ferramentas tecnológicas. Apresenta o cruzamento de noções de projeto, teoria das artes visuais e editoração eletrônica, promove o desenvolvimento de competências no uso de softwares para criação de desenhos vetoriais, editoração digital e peças de comunicação.

EMPREENDEDORISMO E SUSTENTABILIDADE

Aborda o empreendedorismo e o papel do empreendedor, suas habilidades e características. São abordados os aspectos estratégicos, gerenciais e operacionais que subsidiam a elaboração do plano de negócios necessário à viabilidade de um empreendimento. Desenvolvimento sustentável, empreendedorismo ético e consumo responsável ganham destaque.

ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA

Orienta a aplicação da linha criativa estabelecida em oficina de redação publicitária, criação publicitária e oficina de criação e inovação no projeto experimental. Verifica a pertinência de propostas de criação no planejamento de campanha pautadas na evolução das estratégias de comunicação.

ESTRUTURA DE ROTEIROS

A disciplina proporciona uma visão global da estrutura do roteiro e sua importância na concepção e execução do produto final (vídeo/filme). Fornece ao aluno ferramentas para que desenvolva roteiros e argumentos para produtos audiovisuais.

ESTUDOS DA SEMIÓTICA

Discute as principais escolas e as novas tendências da teoria da comunicação, demonstrando suas aplicações práticas nas áreas profissional e epistemológica. Apresenta as características mais significantes das representações materiais, que englobam tanto efeitos estéticos como persuasivos ou informacionais.

ESTUDOS FOTOGRÁFICOS – ESTÁTICA E MOVIMENTO

Aborda o percurso histórico da fotografia e o desenvolvimento da técnica pelas fases analógica e digital. Introduz e aperfeiçoa o estudo da linguagem fotográfica a partir da estrutura visual, com interpretação da imagem em portfólios de fotógrafos relevantes. Analisa a inserção da fotografia em textos escritos e eletrônicos.

ÉTICA E BASES HUMANAS

Introduz temas filosóficos e aborda a formação conceitual básica da filosofia. Apresenta os primeiros filósofos, o surgimento da lógica formal e da lógica dialética. Discute a ética na antiguidade, na modernidade e na



contemporaneidade, com reflexões sobre moral, virtudes éticas e ética profissional. Explora códigos e leis específicas das profissões.

FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA

Apresenta técnicas de registro fotográfico, operações em câmaras e laboratórios digitais e analógicos e seleção de material fotográfico para diferentes suportes, promovendo exercícios de fotografia na linguagem publicitária.

GERÊNCIA DE PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Orienta o planejamento da verba publicitária verificando sua origem e aplicação, adaptando os elementos essenciais à campanha desenvolvida no projeto experimental. Promove a interação com o ambiente administrativo em publicidade e prevê possíveis tendências no mercado publicitário.

GESTÃO DE MARCAS

A disciplina aborda o trabalho da construção e gerenciamento de uma marca no mercado e seu valor, branding. Apresenta conjunto de técnicas e práticas para o fortalecimento e a manutenção de uma marca no mercado. Explora conceitualmente ações para o desenvolvimento de imagem positiva e discute o “brand equity”.

INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Aborda a história da propaganda desde a antiguidade até a internet, apresenta os diversos campos de atuação do mercado publicitário, a estrutura organizacional de uma agência de propaganda e de comunicação, apresenta os termos técnicos utilizados no mercado e o mix de comunicação para os diversos públicos com que a empresa se relaciona direta ou indiretamente.

LINGUAGEM AUDIOVISUAL

Demonstra as diferenças entre a expressão verbal da palavra escrita e os recursos mais amplos da narrativa por imagens. Aborda os fundamentos da linguagem cinematográfica, com tipos de planos e movimentos de câmera, decupagem cinematográfica, “storyboard”, noções básicas de montagem e análise das principais estéticas cinematográficas, televisivas e em vídeo.

MARKETING ESTRATÉGICO

Oferece subsídios para elaboração de um plano de marketing. Aborda estratégias mercadológicas focadas na realidade social atual, identificando novos nichos de mercado para consumidores mais conscientes da responsabilidade social e ambiental, sem deixar de explorar os avanços tecnológicos.

METODOLOGIA: CIÊNCIA E NORMAS TÉCNICAS

Enfoca a importância e relevância do conhecimento científico e de sua produção; introduz os métodos e as técnicas de pesquisa, abrangendo os aspectos operacionais para a elaboração de trabalhos científicos cujas práticas são exigidas em nível universitário.

MÍDIA

A disciplina discute hábitos, atitudes, participação, audiência, comercialização, formatos de programação e adequação, em função de objetivos, estratégias e táticas de mídia. Desenvolve o conceito do planejamento de mídia, analisa e cruza dados de pesquisa de audiência. Promove a elaboração de um plano de mídia para produto ou serviço.

OFICINA DE CRIAÇÃO E INOVAÇÃO

Estimula o encontro de soluções criativas para problemas nas rotinas das profissões em comunicação social. Tem como ponto de partida a análise de informações sobre dados formais e informais de uma determinada situação que evoque processos de criatividade e inovação.



OFICINA DE REDAÇÃO PUBLICITÁRIA

A disciplina aborda a estrutura do texto publicitário e analisa percepção, sintaxe, discussão da linguagem e adequação dos diferentes códigos para filme, jingle, spot, anúncios para revista e jornal, cartaz, outdoor, internet, broadside, até a utilização de elementos persuasivos nas formas oral e escrita.

PESQUISA DE MERCADO

Apresenta conceitos fundamentais da pesquisa de mercado. Introduz, enfoca e aprofunda planejamento, definição dos objetivos, elaboração de instrumentos de coleta de dados, aplicação, tratamento dos dados e elaboração do relatório final da pesquisa. Fornece subsídios que permitem sustentação ao desenvolvimento de campanhas.

PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

A disciplina introduz, desdobra e aprofunda as etapas de elaboração de um plano de comunicação mercadológico e empresarial. Aborda aspectos relacionados ao desenvolvimento, à avaliação, ao controle de campanhas publicitárias e a apresentações de projetos de campanha.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

Aprofunda o conceito do planejamento de mídia, analisa e relaciona dados de pesquisa para efetivo atingimento do público-alvo. Discute a elaboração de um plano de mídia para produto ou serviço, recomenda meios, veículos e programação que melhor atendam aos objetivos de mídia.

PRINCÍPIOS MERCADOLÓGICOS

Aborda conceitos, fundamentos e ferramentas básicas para a compreensão do universo do marketing, discutindo evolução mercadológica, ambientes internos e externos, segmentação e posicionamento no mercado, diferentes públicos, mercados e clientes. A partir desses tópicos, traça a configuração do marketing mix: produto, preço, distribuição e comunicação.

PRODUÇÃO GRÁFICA E DIGITAL

Aborda, na teoria e na prática, as atividades da produção gráfica e suas relações com a publicidade. Apresenta os recursos técnicos utilizados na produção gráfica tradicional, enfocando as novas técnicas de impressão e produção editorial e um breve histórico da evolução das artes gráficas e as principais tecnologias de pré-impressão, impressão e acabamentos gráficos disponíveis no mercado digital.

PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM ÁUDIO

Discute, na teoria e na prática, as atividades da produção radiofônica e suas relações com a publicidade. Apresenta os recursos técnicos utilizados no meio. Proporciona uma visão abrangente da estrutura da linguagem do rádio, técnicas de transmissão, locução, interpretação, criação de mensagens publicitárias radiofônicas e técnicas de codificação sonora.

PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM AUDIOVISUAL

Contempla as atividades técnicas da produção televisiva e suas relações com a linguagem publicitária, por meio do contato com os recursos empregados no meio. Proporciona uma visão abrangente de linguagem, roteirização, composição e estruturação das mensagens veiculadas no meio televisivo, enfatizando o papel da forma no conteúdo de um anúncio publicitário.

PROJETO DE PESQUISA DE MERCADO

A disciplina orienta o projeto de pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso. Aborda todas as etapas de um projeto de pesquisa, aplicação, análise e conclusão do objeto investigado. Fornece subsídios para a elaboração de proposta, orçamento, cronograma de trabalho e apresentação do projeto de pesquisa.

PROJETO EXPERIMENTAL – CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA

Discute planejamento de campanha, enfoca criação do conceito criativo, temas de campanha, peças de comunicação, redação de textos publicitários. Refina a conceituação de direção de arte, discute aplicações práticas e direção de arte em peças impressas, eletrônicas e digitais.

PROJETO EXPERIMENTAL – PLANEJAMENTO DE MÍDIA

Orienta o desenvolvimento de um plano de mídia para o cliente objeto do projeto experimental. Foca a utilização de veículos tradicionais e não tradicionais de mídia, verificando a eficácia do alcance e adequação ao público-alvo com a viabilidade do budget e pesquisa de avaliação de eficácia dos meios e veículos selecionados.

PROJETO EXPERIMENTAL – PLANEJAMENTO GRÁFICO

A disciplina aborda os principais fundamentos que orientam o planejamento visual e a produção gráfica no desenvolvimento de um projeto. Orienta a direção de arte na criação do manual de identidade visual, portfólio de campanha com estilo de diagramação de um projeto gráfico, apresentação visual, formas de determinação de custos e orçamentos gráficos.

PROJETO EXPERIMENTAL – PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Discute as aplicações das técnicas de produção publicitária em áudio e audiovisual adequando as propostas conceituais elaboradas na criação, roteirização, produção e edição para diversos formatos eletrônicos, somados aos custos e orçamentos de produção no projeto experimental.

PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Orienta as formas de prospecção e análise de futuros clientes. Fornece recursos para pesquisa e análise de dados empresariais com a realização de um plano de comunicação apoiado pelo plano de marketing. Discute problemas e respectivas soluções de planejamento.

PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING

A disciplina aborda os principais conceitos e técnicas de promoção de vendas e merchandising, evidenciando sua aplicabilidade como instrumental básico na concepção, no planejamento e na elaboração de estratégias adequadas às políticas estabelecidas na esfera da comunicação mercadológica de natureza comercial, institucional ou comunitária.

Sistema de avaliação

A Universidade Anhembi Morumbi desenvolve a avaliação de aprendizagem em duas etapas: N1 e N2. A N1 consiste em uma série de atividades desenvolvidas ao longo do semestre que permitem avaliar o estudante continuamente. A N2 consiste em uma prova presencial individual.

A nota final do estudante (NF) é obtida a partir da média entre N1 e N2, considerando os pesos, respectivamente, de 40% e 60%. É considerado aprovado o estudante que atingir média de aprovação conforme estabelecido em Regimento Acadêmico.

O estudante tem direito a realizar prova de segunda chamada no caso de ter perdido a oportunidade de cumprir a prova na data estipulada, ou se desejar melhoria de nota. Se, eventualmente, for reprovado, o estudante deverá cumprir novamente a disciplina em regime de dependência.

Frequência

A avaliação do desempenho escolar, além do aproveitamento, abrange aspectos de frequência.

A Universidade adota como critério para aprovação a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. O estudante que ultrapassar esse limite está automaticamente reprovado na disciplina. Nas disciplinas e cursos a distância a frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no ambiente de aprendizagem e seguem o mesmo critério para aprovação.

Coordenação

Direção da Escola de Ciências Humanas e Sociais

Prof. Pós-Dr. Luiz Alberto Farias

Pós-doutor em Comunicação pela Universidade de Málaga (2016). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade de São Paulo (2006); mestre em Comunicação e Mercado (2000), especialista em Teoria da Comunicação (1995) e graduado em Relações Públicas (1990) pela Faculdade Cásper Líbero; graduado em Jornalismo pela Universidade Cruzeiro do Sul (2001). Professor visitante na Universidade de Málaga (2016) e professor orientador de doutorado da Universidade Nova de Lisboa (Portugal) e da Universidade de Málaga (Espanha). É diretor acadêmico da Escola de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Anhembi Morumbi, onde também atua como professor colaborador no programa de pós-graduação stricto sensu em Comunicação. É professor doutor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo desde 2003, onde atua no programa de pós-graduação stricto sensu em Ciências da Comunicação como professor permanente desde 2011. Ganhador do Prêmio Aberje – Educador do Ano James Heffernan (2014). Foi presidente da Abrapcorp e da ABRP e diretor da Intercom. É editor da Organicom Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Qualis B1). Autor e coautor de diversos livros no Brasil e no exterior.

Coordenação do curso superior de Publicidade e Propaganda – Campi Paulista 1 e Vila Olímpia

Profª. M.a Luciane Ferreira de Oliveira Bonaldo

Doutoranda em Gestão de Informação na Nova IMS – Information Management School, na Universidade Nova de Lisboa – Coparticipação Escola de Comunicações e Artes (USP). Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP). Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhembi Morumbi; bacharel em Educação Física pela Universidade de Santo Amaro. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Publicidade e Propaganda, atuando principalmente nas áreas: criatividade, planejamento de campanha e comunicação, propaganda, projetos experimentais, comportamento do consumidor, eventos esportivos e pesquisa no Ensino Superior.

Coordenação do curso superior de Publicidade e Propaganda – Campus Centro

Profª. M.a Roseni Guimarães Corrêa de Moraes

Mestre em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi, pós-graduada em Comunicação pela ESPM e graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Possui 18 anos de experiência como docente no Ensino Superior e em agências de propaganda como Publicis e J. Walter Thompson, dedicados à definição de objetivos, estratégias e táticas de mídia para Nestlé, Warner-Lambert, TAM, Mitsubishi Motors, Siemens, BIC, entre outras marcas de diversos segmentos de mercado.

Anhembi Morumbi para você

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica da Universidade Anhembi Morumbi e pode desfrutar de toda a infraestrutura que a Universidade oferece.

São seis campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de academia de ginástica.

- **Campus Mooca** – Rua Dr. Almeida Lima, 1.134
- **Campus Morumbi** – Av. Roque Petroni Jr., 630
- **Campus Paulista** – Av. Paulista, 2.000
- **Campus Paulista 2** – Rua Treze de Maio, 1.266

- **Campus Vale do Anhangabaú** – Rua Líbero Badaró, 487
- **Campus Vila Olímpia** – Rua Casa do Ator, 275