

HIPERPUBLICIDADE

ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS

Clotilde Perez
e
Ivan Santo Barbosa (orgs.)

LIVRO 1 – Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces

Os fundamentos da Publicidade

- 1 - Conceitos fundamentais Neusa Gomes UFRGS/ Maria Lúcia – PUC RS
(discussão de propaganda, publicidade, marketing etc.)
- 2 - O desafio do ensino da publicidade Tereza Vitali - Cásper
- 4 - O contexto da propaganda nas teorias da comunicação Jean Charles Zozzoli – UFAL
- 5 - História da Propaganda Brasileira Vander Casali – ECA USP
- 6 – Da estratégia do anunciante à comunicação publicitária José Carrera – Cásper
- 7 – A publicidade como possibilidade Ricardo Zagallo – ECA USP
- 8 – A publicidade e a cultura contemporânea Cláudio Novaes Pinto Coelho
- 9 – O desejo e o simbólico na publicidade Luis e Arlete Petry – PUC SP

As Interfaces da Publicidade

- 10 - Gestão do Marketing Mitsuru Yanase – ECA USP
- 11 - Serviços de Marketing Julio Cesar Tavares
- 12 - Marketing e Desenvolvimento de Novos Produtos Marlucci Torquato

13 - Marketing de Relacionamento _____ Helgo Max Seitz – PUC SP
33 - Propaganda Política e Eleitoral _____ Ivan Santo – EC USP/ Cásper

14 - Desenvolvimento e Gestão de Marcas _____ Clotilde Perez – ECA USP – PUC SP
15 - Merchandising televisivo _____ Eneus Trindade – ECA USP
16 - Promoção de Vendas e Merchandising _____ Leandro Leonardo Batista – ECA USP
17 - Comunicação organizacional _____ Margarida Kunsh – ECA USP
18 – Agências de Comunicação _____ Paulo Nassar – ECA USP /ABERJ
19 - Patrocínio, Apoio e Mecenato _____ Luiz Alberto Bezerra – ECA USP

Livro 2 – HIPERPUBLICIDADE – atividades e tendências

A atividade publicitária

20 - Agência de Propaganda e Modelos de Gestão _____ Clotilde Perez – ECA USP/PUC SP
21 - Planejamento Publicitário _____ Clotilde Perez – ECA USP/PUC SP
22 - Pesquisa de Mercado em Comunicações _____ Clotilde Perez – ECA USP/PUC SP, José Fogaça e Raquel Siqueira
23 – Direção de Arte _____ Dorinho Bastos – ECA USP
24 - Criação e Linguagem Publicitária – redação _____ João Carrascoza – ECA USP
28 – Para entender a criação publicitária em audiovisual _____ Artur Lara

- 25 – Fotografia digital: nova alquimia, velho substrato _____ José França
- 26 – Da fotografia à fotopublicidade _____ Ivan Igor Barbosa
- 27 – Mídia: conceitos e atividades _____ Arlindo Ornelas – ECA USP
- 29 - Mídia impressa _____ Marina Negri
- 30 – Mídia exterior _____ Agustín Pérez – PUC SP/FAAP
- 3 - A **função da** publicidade na construção das paisagens e das formas deslocativas da sociabilidade contemporânea. Paisagens flutuantes, outdoors e arquiteturas móveis _____ Máximo de Felice – ECA USP

Tendências da publicidade

- 31 – Hipermídia: a margem digital e o cotidiano do consumidor _____ Sérgio Bairon – PUC SP/Mackenzie
- 32 - Comunidades Virtuais: heterodoxia informacional _____ Hernani Dimantas
- 34 - Ética no marketing e na publicidade _____ Gino Giacomini - ECA USP
- 35 - Comunicação de Riscos _____ Leandro Leonardo – ECA USP
- 36 – Novos formatos das peças publicitárias _____ Ricardo Chiminazzo
- 37 - Para onde vai a nossa propaganda _____ Francisco Gracioso – ESPM
- 38 - Análise multi e interdisciplinar de uma campanha publicitária _____ Vários – NIELP – ECA USP
(semiótica, antropologia, psicanálise etc.)