



**CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO**  
**1º SEMESTRE DE 2018**  
**PROJETOS EXPERIMENTAIS II– 7º PERÍODO**

**PUBLICIDADE E PROPAGANDA \_(MANHÃ)**

PROJETO	ALUNOS
Sesc Palladium e estratégias publicitárias: um estudo do processo de sua consolidação como espaço cultural em Belo Horizonte.	<b><u>CÓDIGO: 6369.1.01.X</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Camilla Biondi Figueira</li><li>• Hannah Klara Emmerich</li><li>• Isabella do Amaral Vinseiro</li><li>• Juliana Costa Vasconcelos</li><li>• Luiza Mendes Soares Leal</li><li>•</li></ul>
Anitta : uma análise das estratégias utilizadas pela marca e pela cantora rumo ao mercado internacional	<b><u>CÓDIGO: 6369.1.02.X</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Brenda Felipe</li><li>• Bruna Beatriz</li><li>• Helena Queiroga</li><li>• João Victor Souza</li><li>• Luísa Vieira</li><li>• Rafael Otali</li></ul>
Comunicação de marca: um estudo de reestruturação de imagem da copa Conmebol libertadores Bridgestone	<b><u>CÓDIGO: 6369.1.03.X</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cassius Campos</li><li>• Danilo Moraes</li><li>• Miguel Biscaro</li><li>• Victor Oliveira</li></ul>
O social também vende : como o TOMS transformou a responsabilidade e o empreendedorismo social em um modelo de negócios por meio do storytelling	<b><u>CÓDIGO: 6369.1.04.X</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>• João Antônio</li><li>• João Cosso</li><li>• João Morato</li><li>• Lucas Henrique</li><li>• Luiza Teixeira</li><li>• Sophia Dias</li></ul>
Vintage na Atualidade: a produção de sentidos sobre a “cultura” vintage nas capas da Vogue Brasil .	<b><u>CÓDIGO: 6369.1.05.X</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Alice Silveira</li><li>• Bianca Pucci</li><li>• Florença Araújo</li><li>• Maria Clara Anselmo</li></ul>

<p>As estratégias de persuasão – estratégias de comunicação e persuasão na campanha “Abra a Felicidade” da Coca –Cola.</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.06.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ana Luiza Graciano</li> <li>• Ana Luiza Benevides</li> <li>• Ellen Soares Correa</li> <li>• Letícia Fernandes Borges</li> <li>• Lívia Soares Correa</li> </ul>
<p>Uma análise comparativa das mudanças estratégicas de tradicionais agências de comunicação e marketing de Belo Horizonte com advento das mídias digitais.</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.07.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daniel Dias</li> <li>• Rafael Coelho</li> <li>• Clara Ribeiro</li> </ul>
<p>Filmes Publicitários: uma leitura psicanalítica</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.08.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruna Diniz</li> <li>• Bruno Caligiorne</li> <li>• Gabriel Lima</li> <li>• Pedro Amaral</li> </ul>
<p>O instagram como ferramenta de comunicação digital: o caso da marca Adidas Brasil</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.09.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ana Flávia Teles</li> <li>• Francielle Ferreira</li> <li>• Geovana Rios</li> <li>• Maria Luiza Campos</li> <li>• Victor Amoras</li> </ul>
<p>Marketing experiencial: um estudo do patrocínio da Heineken no rock in Rio e na UEFA Champions League</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.10.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bernardo Babo</li> <li>• Gabriel Santos</li> <li>• Lucas Oliveira</li> <li>• Marcelo Miranda</li> <li>• Raphael Tonelli</li> </ul>
<p>Marketing de megaeventos: um estudo sobre o Rock in Rio.</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.11.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ana Carolina da Silva</li> <li>• Elena De Luca</li> <li>• Marina Serenini</li> <li>• Nathalia Vieira Lustosa</li> <li>• Sofia Alvarenga Alves</li> </ul>
<p>Mercado de luxo em um novo formato: as estratégias de comunicação usadas para construir a credibilidade e autenticidade dos brechós.</p>	<p><b><u>CÓDIGO: 6369.1.12.X</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fernando Bezerra</li> <li>• Luiza Lima Costa</li> <li>• Pamela Malta</li> <li>• Victória Veloso</li> </ul>