

APROVADOS - EIXO 2 - COMUNICAÇÃO (Jornalismo e Publicidade e Propaganda)

ALUNO	PROFESSOR ORIENTADOR	MODALIDADE	TÍTULO	CURSO	Eixos Temáticos	UNIDADE	LOCAL	DIA	HORÁRIO
WELLIDA TATIANE PATRICINI SILVA COSTA	JOSEANE ALVES RIBEIRO	Comunicação Oral	OSGATILHOS MENTAIS NAS MENSAGENS PUBLICITÁRIAS DE CURSOS ON-LINE DE MARKETING DIGITAL EM 2024	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	19h00
LUCAS DE SOUZA NASCIMENTO	WALTER HUGO DE SOUZA RODRIGUES	Comunicação Oral	PODCAST DE TRUE CRIME NO BRASIL. A ESTRUTURA DE PRODUÇÃO COMO FERRAMENTA DE DESTAQUE. O CASE “A MULHER DA CASA ABANDONADA”.	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	19h20
EDNA PEREIRA CRUZ e KAMILY FERREIRA DE SOUSA	BRENO SANTOS BARBOSA MAGALHÃES	Comunicação Oral	EXPERIÊNCIAS COTIDIANAS DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA EM GOIÂNIA	Jornalismo	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	19h40
DENISE CAETANO GONÇALVES	WALTER HUGO DE SOUZA RODRIGUES	Comunicação Oral	PUBLICIDADE E DIVERSIDADE: UM ESTUDO SOBRE A REPRESENTAÇÃO DE MULHERES NEGRAS EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS.	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	20h10
CARLOS ANTÔNIO SILVA OLIVEIRA BEATRIZ SANTANA SANTOS	JOSEANE ALVES RIBEIRO	Artigo	HUMANIZAÇÃO ATRAVÉS DO HUMOR: O USO E RECEPÇÃO DOS MEMES NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DA MARCA - UM ESTUDO DE CASO DA NETFLIX NO INSTAGRAM	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	20h30
LUIZ FERNANDO VENCESLAU DE ALMEIDA	PATRICIA QUITERO ROSENZWEIG	Comunicação Oral	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO PARA LANCHONETE CIA DO LANCHE	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	20h50
LETÍCIA RIBEIRO SANTOS NAGUTI	JOSEANE ALVES RIBEIRO	Comunicação Oral	O USO DE NANO E MICRO INFLUENCIADORES COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA O BOTICARIO	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	21h10
EZEQUIEL FERREIRA ALVES	ANA MARIA DE MORAIS	Artigo	ASSESSORIA DE IMPRENSA NO BRASIL: PERCURSO, DIFICULDADES E PERSPECTIVAS PROFISSIONAIS	Jornalismo	2	Perimetral	SALA 110B	22/out	21h30
DANIEL DIAS GONÇALVES	WALTER HUGO DE SOUZA RODRIGUES	Pôster	ESTRATÉGIAS DE HUMANIZAÇÃO DA MARCA DE REFRIGERANTE GUARANÁ EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS AUDIOVISUAIS: CONSTRUINDO CONEXÕES EMOCIONAIS COM O CONSUMIDOR	Publicidade e Propaganda	2	Perimetral	Corredor das salas de apresentações	22/out	19h-21h