

Entrega de monografias 2007/02

Nome	Título	Orientador	Banca
Ana Lúcia Cipriano	<i>O Brasil segundo a Havaianas</i>	Gleber Pieniz	Álvaro Roberto Dias Silnei Soares
Ana Paula Fanton	<i>O Ethos da política e o Ethos do jornalismo: uma análise comparativa de textos de A Notícia e da assessoria de imprensa da Câmara de Vereadores de Joinville</i>	Jacques Mick	Samuel Pantoja Lima Sérgio Murillo de Andrade
Anelise Cristina Matheus	<i>Percepção de compra do público classe C para com a marca Triton</i>	Álvaro Roberto Dias	André Scalco Pedro Ramirez
Camila Baptista Mallon	<i>Quando a novela agenda o noticiário: a relação entre as pautas do Jornal Nacional e os temas abordados em América, Belíssima e Páginas da Vida</i>	Jacques Mick	Ângelo Ribeiro Samuel Pantoja Lima
Camila Mariana Broering	<i>Etnografia e planejamento de comunicação: em busca da compreensão do consumidor</i>	Pedro Ramirez	Não definida
Cíntia Carina dos Santos	<i>Os grupos sociais na publicidade</i>	Pedro Ramirez	Não definida
Cíntia Karina Carvalho	<i>A influência dos brindes que acompanham o Mc Lanche Feliz no consumo infantil</i>	André Scalco	Márcia Amaral Vinícios Neves
Cristiane Alves Pereira	<i>A crise do espanto – uma análise da possível morte do sensacionalismo na TV</i>	Luiz Felipe Soares	Ângelo Ribeiro Daisi Vogel
Dirlene dos Santos	<i>A influência do quadro “Etiqueta Urbana” na vida social</i>	Valdete Niehues	Ângelo Ribeiro Márcia Amaral
Elizandra de Souza	<i>Retratos da memória: a lembrança evocada a partir da Fotografia</i>	Silnei Soares	Álvaro de Azevedo Diaz Valdete Niehues
Fábio Marciel Mazotto	<i>Um olhar sobre o marketing pessoal a partir de Teorias de Representação de Papéis e Construção da Identidade</i>	Pedro Ramirez	André Scalco Valdete Niehues
Gislayne Aguiar	<i>Provocações ao campo jornalístico. Mídia, poder simbólico e violência simbólica: um diálogo possível? Conflitos entre os conceitos de Pierre Bourdieu e teorias do jornalismo</i>	Jacques Mick	Gleber Pieniz Luiz Felipe Soares
Jackeline Alessandra Buzzi Huller	<i>A eficiência do telemarketing nas empresas</i>	André Scalco	Não definida

Josiane Cristine Roehrs	<i>O consumidor de classe C vai às compras: os hábitos de consumo da população de classe C frente aos impulsos promocionais de uma determinada rede de lojas de varejo de eletrodomésticos de Joinville</i>	Antônio Pinto	André Scalco Pedro Ramirez
Leandro Augusto Bergmann	<i>Propaganda de cigarro e comportamento do fumante</i>	André Scalco	Samanta Tassotti
Lilian Albertina Cardoso	<i>Na própria pele</i>	Jacques Mick	Pedro Ramirez Luiz Felipe Soares
Lygia Veny Casas	<i>Raves sob a ótica do Novo Jornalismo</i>	Gleber Pieniz	Juciano Lacerda Silnei Soares
Mayara Chiella Marostica	<i>O pior cego é aquele que não quer ver! A deficiência visual sob o olhar do marketing</i>	Álvaro Roberto Dias	Pedro Ramirez Vinícios Neves
Mônica Guerreta	<i>Desmistificando a mensagem subliminar</i>	Álvaro Roberto Dias	Gleber Pieniz Silnei Soares
Murilo Rafael dos Santos	<i>Divergências e convergências no uso de novas tecnologias por adolescentes</i>	Márcia Amaral	Juciano Lacerda
Patricia Barbosa Villar	<i>Eu me monto!</i>	Álvaro Roberto Dias	Luiz Felipe Soares Grazie Morelli
Ricardo Steiner	<i>A influência da internet na decisão de compra dos universitários da cidade de Joinville</i>	André Scalco	Samanta Tassotti Vinícios Neves
Rodrigo Miranda Barbosa	<i>Pirataria online: sistemas emergentes, jogo e dádiva</i>	Silnei Soares	Não definida
Ronaldo Daniel Corrêa	<i>Análise da presença da responsabilidade social no Brasil e a realidade local</i>	André Scalco	Não definida
Sabrina Rocha Araújo Schmoeller	<i>Influência do marketing na substituição do leite materno em favor do leite industrializado</i>	Valdete Niehues	Não definida
Sayonara Helena Moreira da Silva	<i>O falocentrismo na teoria jornalística de Nilson Lage</i>	Maria Elisa Máximo	Valdete Niehues