

<b>Título</b>	<b>Nº Painel</b>
A PROPAGANDA NAZISTA	70
A REALIDADE DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE NO INTERIOR	71
ANÁLISE DA TRAJETÓRIA HISTÓRICA DO JORNAL A COMARCA	72
ANÁLISE DE UMA PESQUISA QUALITATIVA NUM ESTABELECIMENTO DE ALIMENTAÇÃO E ENTRETENIMENTO	73
APUROS DE PENSAR MUSEUS: O CONFRONTO DE POLITICAS ENTRE SERGIO BUARQUE DE HOLANDA E MARIO PEDROSA	74
AVALIAÇÃO DE PÓS VENDA DA EMPRESA SÃO PASTEL	75
CADÊ O TEXTO QUE ESTAVA AQUI? PUBLICIDADE ENTRE DUAS DÉCADAS E DUAS REALIDADES	76
CENSURA DA PUBLICIDADE NA DITADURA MILITAR	77
COLGATE E O MARKETING DE GUERRILHA	78
FUTURO DA PUBLICIDADE IMPRESSA: UMA ANÁLISE HISTÓRICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	79
HABITAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO A RESPEITO DA IMPORTÂNCIA DA AVALIAÇÃO PÓS-OCUPAÇÃO NA CONFIGURAÇÃO DE PROJETOS ACESSÍVEIS, SEGUROS E COM CONFORTO AMBIENTAL	80
JORNAL IMPRESSO – EVOLUÇÃO E ATUALIDADE	81
O USO DO DICIONÁRIO ILUSTRADO DE ARQUITETURA E URBANISMO,NO COTIDIANO DO PROFISSIONAL ARQUITETO	82
PPP - PÉROLAS DA PUBLICIDADE POPULAR	83
PROGRAMA RADIOFÔNICO BAR DO MANOEL	84
PROJETO DE PROGRAMA RADIOFÔNICO "NA BALADA"	85
PROPOSTA DE PROJETO PAISAGÍSTICO E REVITALIZAÇÃO DE ÁREA PÚBLICA	86
VISÃO ANTROPOLÓGICA SOBRE A FEIRA LIVRE NA CIDADE DE AVARÉ	87