



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1082 - PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Aplicação e experimentação das teorias e técnicas da publicidade e propaganda para o desenvolvimento de um trabalho prático em algum dos segmentos da área, sob a orientação de um professor.

I. Objetivos

Aplicação e experimentação de teorias e técnicas da Publicidade e Propaganda para o desenvolvimento de um trabalho prático em algum dos segmentos da área, sob orientação de um professor.

II. Programa

Planejamento dos projetos experimentais
Resumo (Briefing)
Fundamentação Teórica.
Pesquisa Mercadológica.
Planejamento estratégico da instituição/empresa escolhida.
Plano de mídia.
Planejamento de criação.
Execução e apresentação dos projetos experimentais
Apresentação dos projetos experimentais.

III. Metodologia de Ensino

aulas expositivas dialogadas, pesquisa em grupo, orientações individuais e por equipes, seminários, visitas técnicas e participação de professores e profissionais convidados.

IV. Formas de Avaliação

Os alunos serão avaliados por meio de entrega de trabalhos, como a entrega das fases do Planejamento de Comunicação dos Projetos Experimentais nos prazos estipulados pelo docente da disciplina e apresentação dos projetos experimentais para alunos de outros anos, bem como para os empresários/proprietários das empresas/entidades escolhidas para a realização do planejamento de comunicação. A avaliação será realizada por banca de defesa, composta de professores e/ou profissionais do mercado de trabalho.

V. Bibliografia

Básica

COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 1997.
FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidnéia Gomes. Manual de qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 1997.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí!. São Paulo: Atlas, 2004.
OGDEN, James. Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
RIBEIRO, Júlio [et al.]. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1989.
SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.
SAMPAIO, Rafael. Marcas de A à Z, São Paulo: Campus, 2002.

Complementar

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. São Paulo: Futura, 1999.
MARTINS, J.R. Grandes Marcas, Grandes Negócios. São Paulo: Negócio Editora, 1997.
MCCARTHY, E. Jerome; PERREAU, Junior. Marketing Essencial. São Paulo: Atlas, 1997.
LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. Serviços, Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.
RIES, Al; TROUT, Jack. Marketing de Guerra. São Paulo: Makron, 1989.
WESTWOOD, John. Como Preparar um Plano de Marketing. São Paulo: Clío Editora, 1996.
WHITELEY, Richard. A Empresa Totalmente Voltada para o Cliente. Rio de Janeiro: Campus; São Paulo: Publifolha, 1999.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1082 - PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

Documento: 001/2011

Data: 08/02/2011