UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2024**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**5142 - ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO PUBLICITARIO**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **102**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Conceitos, técnicas e atuação relacionados aos profissionais de publicidade nos setores de atendimento e planejamento. Pensamento estratégico na elaboração de campanhas publicitárias.

I. Objetivos

OBJETIVOS
Capacitar o aluno para compreender as atividades e funções do profissional de atendimento nas agências de publicidade.
Desenvolver a prática do planejamento publicitário na atividade do publicitário, com suas técnicas, fases, estratégias e cronogramas, preparando o aluno para as práticas mercadológicas.

II. Programa

PROGRAMA
- Agência de Publicidade: estruturas, funções, organização
- Atendimento e seu papel fundamental nas agências
- Evolução histórica
- O profissional como gestor
- Atendimento criativo - Formação, características, carreira
- O papel de líder do atendimento publicitário
- Rotinas de trabalho e relacionamento interno
- Tendências e transformações mercadológicas, seus novos desafios e paradigmas
- Documentações: da coleta de informações à elaboração dos briefings
- Planejamento e seu papel fundamental na atividade publicitária
- Funções, relacionamento e integração com os setores
- Departamento de Planejamento (dentro e fora da agência)
- Roteiro (briefing de planejamento)
- Modelos de planejamento
- Tendências de mercado em planejamento

III. Metodologia de Ensino

Metodologia de Ensino
Aulas expositivas e expositivas dialogadas, exercícios práticos voltados ao trabalho e aplicação dos conceitos repassados, leitura e produção de textos.
Apresentação de filmes e documentários, com articulação teórica.
Conversa com profissionais da área, com articulação comparativa entre teoria e prática.

IV. Formas de Avaliação

Formas de Avaliação
A avaliação será contínua e processual, com a criação de ambiências que permitam trocas, análises de resultados e feedback acerca da apreensão/assimilação dos conceitos e conteúdos.
A instrumentalização da avaliação se dará por meio de:
- participação do aluno em sala de aula;
- exercícios de fixação;
- atividades/projetos em sala;
- resolução de problemas em situações simuladas a partir da realidade;
- análise de desempenho nas práticas de briefings e planejamentos;
- provas e/ou trabalhos individuais ou em grupo de acordo com o caráter da atividade.

Serão realizadas, ainda, no decorrer dos semestres e processos avaliativos, atividades pedagógicas para possível recuperação de desempenho discente, por meio de mecanismos planejados para tal finalidade, com vistas a identificar e sanar possíveis problemas/defasagens de aprendizagem.

V. Bibliografia

Básica

Bibliografia

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2024**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**5142 - ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO PUBLICITARIO**
Carga Horária:	**102**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

PLANO DE ENSINO

Básica

CORREA, Roberto. Contato Imediato com Planejamento em Propaganda. São Paulo: Global, 2002.
DIAS, Edson de Paiva. Projeto experimental de propaganda. 3 ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
LUPETTI, Marcélia. Administração em publicidade: A verdadeira alma do negócio. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
STEEL, Jon. A arte do planejamento: verdades e mentiras e propaganda. Tradução de Juliana Geve Lacerda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Complementar

Complementar

RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha pela sua mente. 8.ed. São Paulo: Pioneira, 2003. 171p.
SANT ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Ed. Pioneira, 1996.
PREDEBON, José (Coord.). Curso de propaganda: do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004. 216p.
PREDEBON, José (org). Propaganda: profissionais ensinam como se faz. São Paulo: Atlas, 2000.
VIEIRA, Stalimir. Raciocínio Criativo na Publicidade. 5 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.

APROVAÇÃO

Inspetoria:	DECS/G
Tp. Documento:	Ata Departamental
Documento:	06/2024
Data:	03/04/2024