



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

|                    |                                                     |
|--------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Ano</b>         | 2011                                                |
| <b>Tp. Período</b> | Anual                                               |
| <b>Curso</b>       | COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410) |
| <b>Disciplina</b>  | 2080 - PUBLICIDADE E MERCADO                        |
| <b>Turma</b>       | PPM                                                 |
| <b>Local</b>       | GUARAPUAVA                                          |

**Carga Horária:** 136

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Técnicas e aplicações práticas do Marketing utilizadas por empresas de comunicação em suas atuações no mercado.

### I. Objetivos

Capacitar o acadêmico aplicar as práticas e conceitos básicos do marketing moderno nas mais variadas situações mercadológicas.

### II. Programa

#### PUBLICIDADE E MERCADO

Conceito de Publicidade

Conceito de Marketing e Mercado

Ambiente de Marketing

Valor, Satisfação e Qualidade

#### MERCADO

Segmentação de Mercado

Identificação do Público-alvo

Estratégia de Posicionamento

Propaganda: comunicação persuasiva eficaz

#### O MIX DE MARKETING

O Composto de Produtos e Serviços

Estratégia de Preço

Distribuição e Logística

Propaganda e Publicidade e Merchandising como componentes importantes do composto promocional

#### PUBLICIDADE E CONSUMO

Teorias que explicam o comportamento de compra

O impacto da peça publicitária sobre o consumidor

A linguagem da propaganda

Vencendo o bloqueio da percepção seletiva

#### PROPAGANDA COMO INSTRUMENTO DE MARKETING

A mídia como parte da estratégia de marketing

Desenvolvimento de um plano de marketing

Exemplo de roteiro de planejamento de campanha publicitária

### III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, com utilização de recursos audiovisuais, leitura de textos, exibição de filmes, visitas técnicas e interação com profissionais do mercado e da academia.

### IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão baseadas em provas escritas e apresentações de seminários, pelos alunos

### V. Bibliografia

#### Básica

COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 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 R. Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 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.



# 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  | 2080 - PUBLICIDADE E MERCADO                        | Carga Horária: 136 |
| Turma       | PPM                                                 |                    |
| Local       | GUARAPUAVA                                          |                    |

## PLANO DE ENSINO

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  
Documento: 001/2011  
Data: 08/02/2011