



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	5151 - COMUNICACAO MERCADOLOGICA
Turma	PPM

Carga Horária: 102

PLANO DE ENSINO

EMENTA

A Publicidade no composto de marketing e suas atualizações, estratégias e ações. Relações entre a publicidade e o marketing.

I. Objetivos

Objetivos:

Compreender os fundamentos da comunicação mercadológica: Explorar os conceitos teóricos e práticos relacionados à comunicação de marketing.

Analisar estratégias de comunicação mercadológica: Estudar e analisar casos reais de campanhas de marketing bem-sucedidas.

Desenvolver habilidades práticas de planejamento e execução de campanhas: Capacitar os alunos a planejar, implementar e avaliar estratégias de comunicação mercadológica.

Explorar as tendências e novas tecnologias na comunicação de marketing: Fomentar o entendimento sobre as mudanças no cenário da comunicação mercadológica, incluindo o papel das redes sociais, influenciadores digitais, entre outros.

II. Programa

Programa:

Introdução à comunicação mercadológica

Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado

Planejamento estratégico de comunicação

Segmentação, posicionamento e branding

Mix de comunicação integrada de marketing (publicidade, promoção de vendas, relações públicas, marketing direto, marketing digital)

Métricas e avaliação de campanhas de marketing

Tendências e inovações em comunicação mercadológica

III. Metodologia de Ensino

Metodologia:

Aulas expositivas para apresentação dos conceitos teóricos.

Estudos de casos de campanhas de marketing de sucesso.

Trabalhos práticos em grupo para desenvolver planos de comunicação para marcas fictícias ou reais.

Palestras e workshops com profissionais da área de marketing e publicidade.

Utilização de ferramentas e plataformas digitais para análise e criação de estratégias de comunicação.

IV. Formas de Avaliação

Avaliação:

Participação em sala de aula e contribuição para discussões - 20

Trabalhos individuais e em grupo, como a elaboração de planos de comunicação - 30

Apresentação e defesa dos trabalhos práticos - 30

Prova escrita teórica - 20

V. Bibliografia

Básica

Bibliografia Básica:

Administração de Marketing - Philip Kotler e Kevin Lane Keller

Planejamento de Marketing Digital - Cláudio Torres

Propaganda e Promoção - George E. Belch e Michael A. Belch

Comunicação Integrada de Marketing - Don Schultz, Philip J. Kitchen e Robert F. Grönroos

Complementar

Bibliografia Complementar:



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	5151 - COMUNICACAO MERCADOLOGICA	Carga Horária: 102
Turma	PPM	

PLANO DE ENSINO

Marketing 4.0: do Tradicional ao Digital - Philip Kotler

Storytelling: a arte de contar histórias na era da informação - Fernando Palacios

Neuromarketing - Pedro Camargo

O Poder do Hábito: Por Que Fazemos o Que Fazemos na Vida e nos Negócios - Charles Duhigg

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 06/2024

Data: 03/04/2024