



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	2082 - MÍDIA
Turma	PPM

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Caracterização e identificação técnica das diversas mídias. Planejamento estratégico, análise e seleção dos veículos de comunicação. Orçamentos: custos de mídia e negociações. Mídias alternativas.

I. Objetivos

Proporcionar aos acadêmicos noções sobre os conceitos de mídia, suas funções e características, tornando-os aptos a fazer um planejamento de mídia eficaz.

II. Programa

UNIDADE 1- Fundamentos de mídia

1 Conceito de mídia

1.1 O mercado do profissional de mídia.

1.2 Estruturação do departamento de mídia e suas funções.

1.3 Mídia no contexto da publicidade e propaganda.

1.4 Meios de comunicação x Veículos de comunicação.

1.5 Diferentes tipos de mídia e suas características.

1.6 Diferentes tipos de mídia e suas características.

1.7 Novas Mídias e mídias alternativas.

UNIDADE 2 – Estratégia de Mídia

2 Planejamento Estratégico de mídia

2.1 Objetivos, Estratégias e táticas de mídia

2.2 Compra de Mídia

2.3 Cobertura, Frequência da campanha

2.4 Orçamentos

2.5 Adequação da verba disponível

2.6 Execução e controle do planejamento de mídia

2.7 A relação da mídia tradicional e o marketing digital.

UNIDADE 3 – Planejamento de mídia

3 Planos de mídia e cálculos em mídia técnica.

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, exercícios práticos voltados ao trabalho e aplicação dos meios no planejamento de mídia, visita a veículos de comunicação, palestras e entrevista com profissionais da área.

IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão baseadas em:

Trabalhos práticos e teóricos em sala, individuais e em grupo, análise de campanhas publicitárias e seus planejamentos de mídia, análise de ações de mídia, seminários e provas, relatório de visitas técnicas.

V. Bibliografia

Básica

TAMANHA, Paulo. Planejamento de mídia :Teoria e experiência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SISSORS, Jack Z. Planejamento de mídia. São Paulo:Nobel,2001.

TAHARA, Mizuho. Mídia, Contato imediato.6ª.ed. São Paulo: Global, 1995.

Complementar

PREDEBON, José. Curso de propaganda: do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

SAMPAIO, R. Propaganda de A a Z. 2º Ed . Rio de Janeiro, Campus: ABP, 1999.

SANT'ANNA, A. Propaganda- Teoria- Técnica- Prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G



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	2082 - MÍDIA
Turma	PPM

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 06/2024

Data: 03/04/2024