



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	2077 - ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO
Turma	PPM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 102

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Técnicas e atuação relacionados ao profissionais de publicidade no atendimento. Pensamento estratégico na elaboração de campanhas publicitárias.

I. 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

Enfoque conceitual
Conceito de atendimento
Relação do atendimento com as várias áreas de uma agência de propaganda.
A agência publicitária como empresa prestadora de serviços de comunicação.
Evolução histórica do atendimento
Relacionamento de cliente x atendimento
Funções
Conceito de "Atender".
Atender o cliente e atender a Agência
Briefing e suas funções
O briefing do cliente x briefing de criação
Perfil do Atendimento, Relacionamento e Liderança
Qualificação e requisitos ao profissional de atendimento.
A linguagem corporal e vestuário.
O papel de líder do atendimento publicitário.
Gerenciamento de contas
A estrutura e o gerente de contas
Condições e ferramentas para gestão de contas publicitárias
Técnicas de apresentação de Campanha
Negociação de prazos e valores
Controle do cronograma
Prospecção
Conceito e identificação dos 'prospects'
Razões e formas de prospecção
Planejamento de comunicação
Revisão dos objetivos e metas
Problemas e oportunidades
Estratégias e Tipos de campanha
Concorrência direta e indireta
Promessa a desenvolver
Estratégias de comunicação
Análise do pós planejamento de comunicação
Avaliação dos objetivos e dos resultados
Identificação de ferramentas para a avaliação da campanha planejada (feed back, recall)

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão ministradas sob a forma expositiva, apresentação de trabalhos e aulas práticas.

IV. Formas de Avaliação

Trabalhos práticos e teóricos, individuais e em grupo, análise de campanhas publicitárias, provas.

V. Bibliografia

Básica

CORREA, Roberto. Atendimento na Agência de Comunicação. São Paulo: Global, 2006.
CORREA, Roberto. Contato imediato com o planejamento em Propaganda. São Paulo: Global, 2002.
PREDEBON, José ET al. Propaganda: profissionais ensinam como se faz. São Paulo: Atlas, 2000.



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	2077 - ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO	Carga Horária: 102
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

Complementar

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

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

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

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 001/2011
Data: 08/02/2011