



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	1940 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Análise de oportunidades e mercados. Identificação de segmentos. Desenvolvimento de estratégias competitivas.

I. Objetivos

Promover a reflexão em torno da importância do planejamento estratégico. Estimular estudos que envolvam atitudes empreendedoras. Oportunizar a elaboração de um plano de negócios.

II. Programa

O que é planejamento estratégico
Razões para planejar
Tipos de Planejamento
Definição do negócio, missão e visão
Análise do ambiente interno e externo
Identificação de segmentos
Definição de metas e objetivos
Formulação de estratégias
Plano de Negócios
Planejamento Estratégico em Agências de Publicidade e Propaganda

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas dialogadas com uso de quadro e giz, datashow, exibição de vídeos, uso de artigos de periódicos e capítulos de livros.

IV. Formas de Avaliação

Individual e em grupo, provas escritas e/ou orais, apresentação de seminários, trabalhos e desenvolvimento de planejamento estratégico de uma empresa.

V. Bibliografia

Básica

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico_Fundamentos e Aplicações. Editora Elsevier_Campus.
CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. São Paulo: Global, 2004.
KOTLER, Philip/ ARMSTRONG, Gary. Administração de Marketing. Ed. Pearsons.
LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda.
STEEL, Jon. A arte do planejamento: verdades, mentiras e propaganda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Complementar

ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Manual de Planejamento Estratégico. São Paulo: Atlas, 2003.
GOMES, Neusa Demartini. Formas persuasivas de comunicações: propaganda, política e publicidade eleitoral. Porto Alegre:EDIPUCRS, 2002.
CASAS, Alexandre Luzzi Lãs. Administração de Marketing, Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. Atlas
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Editora Atlas. Planejamento Estratégico - Conceitos, Metodologia , Práticas.
Outros; SILVA, Helton Haddad. Planejamento Estratégico de Marketing. FGV

APROVAÇÃO

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