



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1109101 - MÍDIA
Turma	PPM
Local	SANTA CRUZ

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Conceitos e campo da mídia publicitária. Características técnicas das diversas mídias e suas aplicabilidades enquanto espaço publicitário. Audiência e táticas de mídia. Estratégia de seleção e combinação de veículos de comunicação. Cálculos e Mídia técnica. Novos espaços e mídias publicitárias.

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 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

Aula expositiva, leituras, debates, produção de trabalhos, projetos acadêmicos e ou visitas técnicas para reflexão sobre os conteúdos de aula.

IV. Formas de Avaliação

A avaliação será contínua, exercícios de análise crítica e/ou atividades práticas relacionadas ao conteúdo programático. Dependendo da natureza do exercício, as atividades poderão ser realizadas:

Em sala de aula ou laboratório, com ou sem agendamento prévio;

Fora do horário de aula, utilizando ou não a estrutura da universidade, com prazo de entrega predeterminado.

Recuperação de Rendimento e Prazos

Conforme a Resolução nº 1 COU/UNICENTRO (Art. 40), será garantida a recuperação continuada ao longo do semestre por meio de provas e/ou reelaboração das atividades propostas.

Atrasos: Em caso de ausência ou não entrega de atividades em sala no horário previsto, o acadêmico poderá entregá-las na aula seguinte, mediante justificativa, com valor de nota reduzido.

Melhoria de Desempenho: O acadêmico que desejar aumentar sua média terá a opção de refazer atividades em cronograma específico a ser definido com o docente.

Condição: O peso da avaliação de recuperação não será superior à nota original e sua concessão está condicionada à entrega das atividades nos prazos estabelecidos.

Critérios de Avaliação

Coerência: Alinhamento entre o solicitado e o conteúdo ministrado. Desenvolvimento Técnico: Evolução do acadêmico em relação à aplicação prática dos conceitos. Pontualidade: Respeito rigoroso às datas e horários de entrega das atividades.

V. Bibliografia

Básica

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

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



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	1109101 - MÍDIA
Turma	PPM
Local	SANTA CRUZ

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

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. 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: 004/2026

Data: 26/02/2026