



Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)			Eixo Comum ()		Eixo Universal ()	
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO			Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS			
Nome do Componente Curricular: DECISÕES ESTRATÉGICAS DE MÍDIA				Código do Componente Curricular: ENEX50214		
Carga horária: 4 horas aula 64h/ 76ha		(X) Sala de aula () Laboratório () EaD		Etapa: 8		
Ementa: Desenvolvimento de projeto em carácter de aplicação prática utilizando conceitos e ferramentas de mídia coordenando-as de forma estratégica e com utilização de técnicas aprendidas nos diferentes componentes. Disciplina de apoio ao TCC.						
Conteúdo Programático Pesquisa de mídia – definição de públicos alvo - persona. Análise de investimentos de mídia da marca e da concorrência. Novas plataformas digitais – mídia de conteúdo Elaboração do planejamento de mídia – Função dos meios recomendados Negociação de mídia.						
SEMANA		TEMA DE CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
1 Semana de 03 a 09.Fev.19		Aula 1 – Apresentação do professor da disciplina, da dinâmica de aula, da relação com outras disciplinas, critérios de avaliação, chamada e plano de ensino.				
2 Semana de 10 a 16.Fev.19		Aula 2 – Preenchimento Formulário – Organização Grupos – PROJETOS / MONOGRAFIAS Aula 3 – Preenchimento Formulário – Organização Grupos – PROJETOS / MONOGRAFIAS				
3 Semana de 17 a 23.Fev.19		Aula 4 – Briefing de Mídia Aula 5 - Objetivo de Mídia				



4 Semana de 24 .Fev a 02.Mar.19	Aula 6 - Estratégia de Mídia – Função dos Meios de Comunicação Aula 7 - Tática de Mídia – Critérios de Veiculação – Planilha de Programação
5 Semana de 03 a 09.Mar.19	Aula 8 - Mídias Sociais Aula 9 - Mídia de Conteúdo – Redes Sociais
6 Semana de 10 a 16.Mar.19	Aula 10 - Persona Aula 11 - Mobile Movies – Facebook - Cases
7 Semana de 17 a 23.Mar.19	Aula 12 - Apresentação Resumo dos Trabalhos Aula 13 - Apresentação Resumo dos Trabalhos
8 Semana de 24 a 30.Mar.19	Aula 14 – Apresentação Resumo dos Trabalhos Aula 15 - Apresentação Resumo dos Trabalhos
9 Semana de 31.Mar a 06.Abr.19	Aula 16 - P1 Aula 17 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
10 Semana de 07 a 13.Abr.19	Aula 18 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Prazo Lançamento P1 - 08.abril Aula 19 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
11 Semana de 14 a 20.Abr.19	Aula 20 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Aula 21 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
12 Semana de 21 a 27.Abr.19	Aula 22 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Aula 23 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
13 Semana de 28.Abr a 04.Mai.19	Aula 24 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Aula 25 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
14 Semana de 05 a 11.Mai.19	Aula 26 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Aula 27 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
15 Semana de 12 a 18.Mai.19	Aula 28 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Aula 29 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS



16 Semana de 19 a 25.Mai.19	Aula 30 - Orientação Grupos de Trabalhos PROJETOS Aula 31 - Orientação Grupos de Trabalhos MONOGRAFIAS
17 Semana de 26.Mai a 01.Jun.19	Aula 32 - ENTREGA TCC - P2 Aula 33 - Feedback para alunos da P2 - Monografias
18 Semana de 02 a 08.Jun.19	Aula 34 - Feedback para alunos da P2 - Projetos Aula 35 - Lançamento P2 – 13.JUN
19 Semana de 09 a 15.Jun.19	Aula 36 - Plantão Dúvidas – Prova SUB Aula 37 - Prova SUB – 13 a 19.Jun
20 Semana de 16 a 23.Jun.19	Aula 38 - Prova SUB – 13 a 19.Jun Aula 39 - Feedback Prova SUB
21 Semana de 24 a 30.Jun.19	Aula 26 - Prova Final - 24 a 28.jun.19 Aula 27 - Prova Final - 24 a 28.jun.19 – Fechamento Notas: 29.JUN

Bibliografia Básica:

CARRASCOZA, João Anzanello. *Do caos a criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade*. São Paulo: Saraiva, 2008. 659.1 C313c 2008

OGDEN, J. *Comunicação Integrada de Marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador*. Pearson 158 ISBN 9788587918178. (Livro eletrônico)

SHIMP, Terence A. *Propaganda e promoção: comunicação integrada de marketing*. 7. Porto Alegre Bookman 2009 ISBN 9788577804474. (livro eletrônico)

Bibliografia Complementar:

CASTRO, Álvaro De. *Propaganda e mídia digital: a web como a grande mídia do presente*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000. 659.1 C355p

FIGUEIREDO, Celso. *Redação Publicitária: Sedução pela Palavra*. São Paulo: Cengage, 2015, 2 Ed

JESUS, Paula R. C. *Criação Publicitária: conceitos, ideias e campanhas*. São Paulo: Mackenzie, 2014.

SALZMAN, Marian L; MATATHIA, Ira; OREILLY, Ann. *Buzz: a era do marketing viral*. São Paulo: Cultrix, 2003. 658.8 S186b

TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec, 2011. 658.8 T693b 2011

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. ISBN 978.85.431.0533.8