

PLANO DE ENSINO
2017.1

Linguagens de comunicação e mídias	
Módulo B	Carga Horária: 50 h
Ementa	Introdução aos estudos das linguagens dos diferentes produtos da mídia e dos artefatos digitais no âmbito empresarial. Reflexão, análise e exemplos de aplicações práticas dos conceitos de planejamento estratégico de mídia, circulação, audiência, seleção de veículos e técnicas de pesquisa de mídia e sua utilização. Identificar diferentes tipos de mídias, como também desenvolver, trabalhar e finalizar um planejamento de Mídia.
Conteúdo	Planejamento estratégico de mídia. Circulação, audiência, seleção de veículos. Técnicas de pesquisa de mídia e sua utilização. Fornecer as características relativas aos principais meios e veículos. Desenvolver a análise crítica do perfil relativo aos meios, veículos e sua abrangência através de suas métricas.
Bibliografia Básica:	SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003. TAMANHA, Paulo. Planejamento de Mídia: teoria e experiência. São Paulo: Pearson, 2009. TAHARA, Mizuho. Mídia . São Paulo: Global, 1998. 118p COMUNICAÇÃO, mídia e consumo. escola superior de propaganda e marketing.v.2, n.4-julho 2005.. São Paulo: ESPM, 2005. 236 p. COTRIM, Sérgio P. de Queiroz. Pesquisa de propaganda. 2. ed. São Paulo: Global, 1996. 155 p.
Bibliografia Complementar:	PINHO, J.b. Comunicação em Marketing : princípios da comunicação mercadológica. 11. ed. Campinas: Papirus, 2012. 287 p. RIBEIRO, Júlio. et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar . São Paulo: Atlas, 1989. 430p. MARCONDES, Pyr. Marcas : uma história de amor mercadológica. São Paulo: m&m, 2003. 212 p.

	WESTWOOD, John. O plano de marketing . 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1997. 275 p.
Critério de Avaliação	Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.

PROGRAMAÇÃO DAS AULAS

AULA 1 – Primeira semana

Conteúdos	Apresentação Docente, Plano de Ensino, Planejamento dos encontros, explicação dos critérios de avaliação, cronograma com as datas importantes, combinados (orientações gerais) para o semestre. Introdução: Evolução do Conceito de Marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 2 – Segunda semana

Conteúdos	Panorama dos meios de comunicação atuais e introdução ao conceito de mídia.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 3 - Terceira semana

Conteúdos	O conceito de comunicação integrada de marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 4 – Quarta semana

Conteúdos	Termos, conceitos e técnicas do planejamento de mídia
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 5 - Quinta semana

Conteúdos	Tipos de mídias: Impressas, eletrônicas, mistas, virtuais e alternativas
------------------	--

Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.
--------------------	--

AULA 6 - Sexta semana

Conteúdos	Características dos meios impressos, eletrônicos, digitais e alternativos
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 7 – Sétima semana

Conteúdos	Técnicas de programação e veiculação em mídias impressas, eletrônicas e digitais; Estratégias de veiculação e público alvo
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 8 – Oitava semana

Conteúdos	Revisão dos principais conteúdos para a avaliação bimestral individual.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 9 – Nona semana

Instrumento	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 1º bimestre.
Critérios	

Aula 10 - Décima semana

Conteúdos	Vistas das Provas, esclarecimento das dúvidas e informe da composição da nota. Principais termos e técnicas: Audiência, Penetração, Cobertura, Alcance, Frequência, Índice de Afinidade, CPM, CPP, GRP, TRP
Metodologia	Atendimento individualizado para o esclarecimento de dúvidas. Revisão da Teoria com exercícios práticos.

AULA 11 – Décima primeira semana

Conteúdos	Técnica do GRP (Gross Rating Points)
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 12 – Décima segunda semana

Conteúdos	Planejamento de mídia – importância estratégica do planejamento e principais componentes.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 13 – Décima terceira semana

Conteúdos	O planejamento de mídia e as estratégias de comunicação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 14 – Décima quarta semana

Conteúdos	Como justificar um planejamento de mídia.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 15 – Décima quinta semana

Conteúdos	Continuidade, Frequência Média e Alcance ideais para cada objetivo de comunicação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 16 – Décima sexta semana

Conteúdos	Planejamento de mídia voltado para a WEB
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (Excel) ou laboratório.

AULA 17 - Décima sétima semana

Conteúdos	Revisão dos conteúdos das aulas 10 em diante
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 18 – Décima oitava semana

Conteúdos	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Metodologia	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.

AULA 19 – Décima nona semana

Instrumento	Vistas e revisão de conteúdo
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Crítérios	

AULA 20 – Vigésima Semana

Instrumento	Recuperação
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Crítérios	