



## PLANO DE CURSO

### **1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

**Curso:** Bacharelado em Administração

**Disciplina:** Gestão de Publicidade e Propaganda

**Professor:** Esp. Daiany Macieira Varjão

**E-MAIL:** [daiany.varjao@fasete.edu.br](mailto:daiany.varjao@fasete.edu.br)

**Código:** MAR39

**Código:** MAR39

**Código:** MAR39

**Pré-requisito(s):** -

**Período:** VII

**Ano:** 2017.1

### **2. EMENTA:**

O estudo das comunicações e a propaganda. Propaganda e desenvolvimento. A propaganda e o desenvolvimento nacional. Promoção de vendas. Propaganda política. Teoria da publicidade. Técnica da publicidade. Prática da publicidade. Criação publicitária. Mídia.

### **3. OBJETIVO GERAL DA DISCIPLINA:**

Propiciar equalização de conceitos mercadológicos e de gestão, relacionados à Publicidade e Propaganda.

### **4. OBJETIVO(S) ESPECÍFICOS(S) DA DISCIPLINA:**

- Conduzir os alunos ao conhecimento de técnicas e ferramentas da publicidade e propaganda, de maneira a familiarizá-los com este campo de mercado;
- Capacitar os alunos para atuar na gestão de agências de publicidade;
- Fornecer instrumentos que capacitem os alunos a desenvolverem, na prática, uma proposta de campanha publicitária, gerindo suas etapas.

### **5. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

#### ***ETAPA 01***

#### **1 - Teoria da Publicidade:**

- Origem da comunicação;
- Teoria da integração;
- Teoria funcionalista;
- Teoria neofuncionalista;
- Fenomenologia e semiótica.

#### **2 - O estudo das comunicações e a propaganda:**

- O processo de comunicação;
- Comunicação integrada de marketing;
- Definições entre marketing, publicidade, propaganda e promoção;
- Modelo de comunicação;
- Multidão, massa e público;
- A propaganda e o desenvolvimento nacional;
- Propaganda política.

#### **3 - Promoção de Vendas:**

- Objetivos;
- Propaganda versus promoção;
- Decisões em promoção de vendas.

#### **4 - Técnicas da Publicidade:**

- Patrocínios;
- Eventos;
- Relações Públicas de Marketing;
- Cromatologia na Publicidade e Propaganda.

#### ***ETAPA 02***

#### **5 - Prática da Publicidade:**

- O mercado publicitário;
- Gestão e agenciamento publicitário:
  - agências de publicidade;
  - tipos de agência;
  - setores de uma agência;



- remuneração e comissão em agências.

#### **6 - Criação Publicitária e Mídia:**

- O processo criativo;
- Caminhos diferentes para a criatividade;
- Desenvolvendo um Briefing;
- Desenvolvendo e selecionando a mensagem;
- Decisão e avaliação de mídia:
  - Decisão de cobertura, frequência e impacto;
  - Escolha de canais, alternativas de propaganda e veículos específicos;
  - Decisão sobre timing e alocação de mídia;
  - Avaliação de mídia (feedback).
- Apresentando uma proposta de campanha publicitária

#### **6. METODOLOGIA DO TRABALHO:**

- Apresentação expositiva;
  - Reflexões e análise crítica do conteúdo exposto;
  - Aplicação de estudos de caso;
  - Exercícios e/ou simulações em classe;
  - Trabalhos de pesquisa;
  - Desenvolvimento de uma campanha publicitária desenvolvida pelos alunos (a ser realizada por várias equipes);
  - Exibição de vídeos;
- Aplicação de Dinâmicas de Grupo.

#### **7. SISTEMA DE AVALIAÇÃO:**

##### **AVALIAÇÃO:**

A avaliação da aprendizagem do aluno está alicerçada na auto-avaliação, avaliação continuada e avaliação pelo professor, tendo como objetivo principal incrementar, criar e reformar comportamentos, atitudes e práticas. Neste sentido, em lugar de fiscalização, pretende-se fazer com que a análise seja centrada na problematização das posturas e ações dos alunos com relação às temáticas discutidas no curso.

##### **ETAPA 01:**

##### **I. Seminário: 5,0 (dez pontos - sem reposição)**

Os alunos, em equipes de 5 a 6 componentes farão um estudo de caso sobre uma situação do mercado atual, focando os temas trabalhados na ETAPA 1. Cada grupo deverá realizar pesquisa identificando a marca da empresa, o tema abordado e contextualizar em apresentação oral, na forma de seminário. A atividade será sem direito a reposição. Será atribuída nota de zero a cinco pontos.

##### **II. Trabalho de Campo / Seminário (Brand Equity): 5,0 (dez pontos – sem reposição)**

Os alunos em equipe de 4 a 5 componentes farão um estudo escolhendo uma empresa como case. Utilizarão marcas fortes e irão realizar todo o estudo sobre a mesma.

##### **III. Avaliação Escrita: 10,0 (dez pontos).**

Prova escrita abordando todos os conteúdos da ETAPA 1. Será atribuída nota de zero a dez pontos.

A média do aluno para esta 1ª etapa será o somatório das notas obtidas nas atividades acima descritas, dividido por dois, totalizando um valor de 0 a 10 pontos.

##### **ETAPA 02:**

##### **I. Desenvolvimento de Campanha: 10,0 (dez pontos - sem reposição)**

Os alunos, em equipes de 3 a 5 componentes, serão levados a desenvolver a partir dos conhecimentos obtidos com a disciplina em questão, um simulacro do desenvolvimento de uma campanha de publicidade, voltada para o mercado local. A campanha deverá ser inovadora e inédita. Serão avaliados todos os comportamentos da equipe, a criatividade e a correlação com os temas



abordados. Será atribuída nota de zero a dez pontos.

## **II. Avaliação Escrita: 10,0 (dez pontos)**

Prova escrita abordando todos os conteúdos da ETAPA 2. Será atribuída nota de zero a dez pontos.

A média do aluno para esta 2ª etapa será o somatório das notas obtidas nas atividades acima descritas, dividido por dois, totalizando um valor de 0 a 10 pontos.

### **OBSERVAÇÕES IMPORTANTES:**

- Todas as formas de avaliação acima descritas têm uma data para serem entregues e executadas, previamente publicada e informada ao aluno. Resguardados os casos justificados, os alunos que não cumprirem com tais prazos não terão prorrogação de datas, o que ocasionará anulação para a atividade que deixou de entregar.

- Conforme regime interno da FASETE, o aluno somente poderá repor a nota de prova escrita não realizada, através de 2ª chamada, caso sua ausência seja devidamente justificada e registrada através de requerimento no protocolo da Faculdade no prazo de três dias úteis após a data de realização da mesma. Nesse caso, fará uma prova de igual valor com todo o conteúdo abordado no semestre letivo. O aluno que perder as duas provas escritas já estará automaticamente na FINAL

## **8. ATENDIMENTO EXTRA-CLASSE:**

Agendar individualmente com o professor, ou pelo e-mail [daiany.varjao@faseite.edu.br](mailto:daiany.varjao@faseite.edu.br)

## **9. BIBLIOGRAFIA:**

### ***BÁSICA***

KOTLER, Philip. & ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao Marketing**. 4º ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.  
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.  
PREDEBON, José. **Criatividade: abrindo o lado inovador da mente**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2005.  
SANT' ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002

### ***COMPLEMENTAR***

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra, 2003.  
GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação & poder**. 1987.  
AAKER, David A. **Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca**. São Paulo: Elsevier, 1998.

### ***PERIÓDICOS***

Revistas: Propaganda & Marketing, EXAME, Você SA, Veja.  
Jornais: Propaganda & Marketing.

## **10. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES (\*)**

## **11. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES (\*)**



**FACULDADE SETE DE SETEMBRO – FASETE**  
Credenciada pela Portaria/MEC nº 206/2002 – D.O.U. 29/01/2002  
ORGANIZAÇÃO SETE DE SETEMBRO DE CULTURA E ENSINO LTDA  
CNPJ: 03.866.544/0001-29 e Inscrição Municipal nº 005.312-3



**FACULDADE SETE DE SETEMBRO – FASETE**  
Credenciada pela Portaria/MEC nº 206/2002 – D.O.U. 29/01/2002  
ORGANIZAÇÃO SETE DE SETEMBRO DE CULTURA E ENSINO LTDA  
CNPJ: 03.866.544/0001-29 e Inscrição Municipal nº 005.312-3

**PLANO DE CURSO – PERÍODO LETIVO: 2007/1**

Curso: Administração

Professor: Esdriane Cabral Viana

Código: DIV07

Disciplina: Matemática

Créditos: 04

Carga Horária: 80 h

Aula	Data	Conteúdo Programático	Atividade	Recursos
1 e 2		APRESENTAÇÃO DO CURSO E DO SISTEMA DE AVALIAÇÃO;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Apresentação individual</li><li>▪ Apresentação do programa</li><li>▪ Calendário de Atividades</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
3 e 4		CONJUNTOS: NOTAÇÕES; CLASSIFICAÇÃO; OPERAÇÕES COM CONJUNTOS; PROPRIEDADES DE CONJUNTOS;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
5 e 6		FUNÇÕES: DEFINIÇÃO; NOTAÇÃO; DOMÍNIO; IMAGEM CONTRADOMÍNIO;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
7 e 8		TIPOS DE FUNÇÕES: FUNÇÃO INVERSA; FUNÇÃO COMPOSTA;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
9 e 10		FUNÇÃO DO 1º GRAU;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
11 e 12		FUNÇÃO DO 2º GRAU;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
13 e 14		FUNÇÃO MODULAR;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
15 e 16		ESTUDO DO SINAL DA FUNÇÃO;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
17 e 18		FUNÇÃO EXPONENCIAL;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Correção de exercícios participativamente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>
19 e 20		FUNÇÃO LOGARÍTMICA;	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aula expositiva participativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lousa e pincel</li></ul>



**FACULDADE SETE DE SETEMBRO – FASETE**  
Credenciada pela Portaria/MEC nº 206/2002 – D.O.U. 29/01/2002  
ORGANIZAÇÃO SETE DE SETEMBRO DE CULTURA E ENSINO LTDA  
CNPJ: 03.866.544/0001-29 e Inscrição Municipal nº 005.312-3

21 e 22	MODELOS MATEMÁTICOS	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
23 e 24	MODELOS MATEMÁTICOS	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
25 e 26	EXERCÍCIOS;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
27 e 28	AVALIAÇÃO;	▪ Prova	▪ Prova
29 e 30	NOÇÃO INTUITIVA DE LIMITES;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
31 e 32	PROPRIEDADES OPERATÓRIAS DE LIMITES;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
33 e 34	LIMITE DE UMA FUNÇÃO POLINOMIAL;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
35 e 36	LIMITE DE UMA FUNÇÃO RACIONAL;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
37 e 38	LIMITE DE UMA FUNÇÃO RACIONAL;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
39 e 40	LIMITES INFINITOS: PROPRIEDADES;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
41 e 42	CONTINUIDADE: PROPRIEDADES DE UMA FUNÇÃO CONTÍNUA;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
43 e 44	DERIVADAS: DERIVADA POR DEFINIÇÃO; TAXA DE VARIAÇÃO;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
45 e 46	DERIVADA NO PONTO $x_0$ ; INTERPRETAÇÃO GEOMÉTRICA;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
47 e 48	DERIVADAS DAS FUNÇÕES ELEMENTARES; DERIVADA DA SOMA; DERIVADA DO PRODUTO; DERIVADA DO QUOCIENTE;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
49 e 50	DERIVADA DE UMA FUNÇÃO COMPOSTA: REGRA DA CADEIA;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
51 e 52	DERIVADAS SUCESSIVAS;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
53 e 54	NOÇÕES DO CÁLCULO INTEGRAL: INTEGRAL INDEFINIDA; DEFINIÇÃO E PROPRIEDADES;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
55 e 56	INTEGRAL INDEFINIDA DE ALGUMAS FUNÇÕES USUAIS;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel
57 e 58	EXERCÍCIOS;	▪ Aula expositiva participativa	▪ Lousa e pincel



**FACULDADE SETE DE SETEMBRO – FASETE**  
Credenciada pela Portaria/MEC nº 206/2002 – D.O.U. 29/01/2002  
ORGANIZAÇÃO SETE DE SETEMBRO DE CULTURA E ENSINO LTDA  
CNPJ: 03.866.544/0001-29 e Inscrição Municipal nº 005.312-3

59 e 60	AVALIAÇÃO;	▪ Prova	▪ Prova
61 e 62	2 <sup>a</sup> CHAMADA;	▪ Prova	▪ Prova
63 e 64	PROVA FINAL;	▪ Prova	▪ Prova

Professor Responsável pela Disciplina: Esdriane Cabral Viana  
Este PIT foi aprovado pelo Coordenador do Curso de Administração: Marconi