



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

| <b>Plano de Ensino</b>  |  |                                     |                    |
|---|--|-------------------------------------|--------------------|
| <b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>   | Campus Goiabeiras                              |                                     |                    |
| <b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda  |  |                                     |                    |
| <b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social   |  |                                     |                    |
| <b>Data de Aprovação (Art. n°91):</b> 28 de janeiro de 2022   |  |                                     |                    |
| <b>Docente Responsável:</b> Ana Karina Oliveira   |  |                                     |                    |
| <b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/7995013078449341">http://lattes.cnpq.br/7995013078449341</a>   |  |                                     |                    |
| <b>Disciplina:</b> Estudos de Mercado e Gestão de Empreendimentos, Projetos e Produtos de Comunicação   |  | <b>Código:</b> COS 04845            |                    |
| <b>Pré-requisito:</b>   | Não possui                                     | <b>Carga Horária Semestral:</b> 60h |                    |
| <b>Créditos:</b> 04   | <b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b> |                                     |                    |
|   | <b>Teórica</b>                                 | <b>Exercício</b>                    | <b>Laboratório</b> |
|   | 40h  | 20h                                 |                    |
| <b>EMENTA</b>   |  |                                     |                    |
| <p>Conhecimento global do funcionamento do sistema empresarial. A empresa de comunicação: conhecimento do papel de empresa de comunicação na vida econômica. As principais funções administrativas de uma empresa de publicidade e propaganda. Organização, planejamento, controle e direção de empresas de publicidade e propaganda. Constituição de novos empreendimentos em comunicação. Desenvolvimento de produto; interação com o mercado: como conhecer seus desejos, antecipar-se às necessidades e criar necessidades. O marketing para novos produtos e novos mercados.</p>                       |  |                                     |                    |
| <b>OBJETIVOS</b>  |  |                                     |                    |
| <p><b>Objetivo geral:</b><br/>Ter conhecimento denso acerca do sistema capitalista contemporâneo, assim como do negócio da comunicação, seu funcionamento e seu papel na vida socioeconômica e político-cultural atual.</p>   |  |                                     |                    |
| <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Constituir saber alentado sobre a constituição de novos empreendimentos, produtos e mercados em comunicação.</li><li>• Analisar a constituição de novos empreendimentos em comunicação.</li><li>• Entender o processo de desenvolvimento de produto; interação com o mercado desde a perspectiva das necessidades.</li><li>• Analisar as perspectivas de marketing para novos produtos e novos mercados na área comunicacional.</li><li>• Conhecer como desenvolver um Plano de Negócios em empresas de comunicação.</li></ul> |  |                                     |                    |
| <b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>  |  |                                     |                    |
| <b>UNIDADE 1 - NOÇÕES DE MERCADO E EMPREENDEDORISMO</b>   |  |                                     |                    |
| 1.1 Capitalismo e consumo   |  |                                     |                    |
| 1.2 Orientação das empresas ao mercado  |  |                                     |                    |

- 1.3 Histórico do empreendedorismo no Brasil.
- 1.4 Comportamento Empreendedor.
- 1.5 Criatividade e inovação

## **UNIDADE 2 – EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO**

- 2.1 Mercado publicitário e empreendedorismo em comunicação
- 2.2 Tipos de agência e sua organização
- 2.3 Regulamentos e certificações
- 2.4 Oportunidades e prospecção
- 2.5 Formas de remuneração
- 2.6 Resultados
- 2.7 Desenvolvimento de produtos

## **UNIDADE 3 - PLANO DE NEGÓCIO**

- 3.1 Primeiras definições
- 3.2 Análise de mercado
- 3.3 Plano de marketing
- 3.4 Plano operacional
- 3.5 Plano financeiro
- 3.6 Análise SWOT
- 3.7 Produção de plano de negócio de uma empresa de comunicação

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores**. São Paulo: Atlas, 2009. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

DANTAS, Edmundo Brandão. **A agência de comunicação publicitária como empresa: o lado menos charmoso da publicidade e da propaganda**. São Paulo: Atlas, 2015. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

LUPETTI, Marcélia. **Administração em publicidade: a verdadeira alma do negócio**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

YANAZE, Mitsuru H. **Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações**. 3ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2020. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006.

ARGENTI, Paul. **Comunicação Empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

BARLACH, Lisete. **A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador**. Teses de Doutorado (Instituto de Psicologia-USP), 2009. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-01122009-084339/pt-br.php>

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. **Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação**. Tradução Martha Malvezzi Leal. São Paulo: Cengage Learning, 2012. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática**. 4ed. São Paulo: Empreende, 2020. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

FORECHI, Marcilene; SANTOS, Karla N.; CONSTANTE, Fernanda L. P. **Concepções teóricas na propaganda**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson, 2015.

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

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson, 2012.

LAZZARATO, Maurizio. **Signos, máquinas, subjetividades**. São Paulo: Edições Sesc/N-1, 2014.

LENZI, Fernando. **Nova Geração de Empreendedores: Guia para elaboração de plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2009. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!** Um guia para novos anunciantes e e futuros publicitários. São Paulo: Almedina, 2020. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

OLIVEIRA, Rui José de. **Mensuração e avaliação de resultados em comunicação mercadológica: a percepção das agências de comunicação full service e os impactos no relacionamento cliente-agência**, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14072017-144353/pt-br.php>, 2016.

OLIVEIRA, Tiago Mainieri de. **Empreendedorismo em comunicação: estudo comparativo das agências de relações públicas e comunicação no Brasil, Espanha e Estados Unidos**, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-15072009-225826/pt-br.php>, 2008.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. **Hiperpublicidade: Fundamentos e interfaces**, v.1. – São Paulo: Cengage Learning, 2007 (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. **Hiperpublicidade: Atividades e tendências**, v.2. – São Paulo: Cengage Learning, 2008. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

PINTO, Antonio Lino. **Pequenas Agências, Grandes Resultados**. São Paulo: Editora Clio, 2011.

## OUTRAS INDICAÇÕES

**Canal Endeavor (Youtube)**. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/endeavorbrasil>

**Cursos Online SEBRAE**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

SEBRAE. **Como elaborar um Plano de Negócios**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf). 2013.

## METODOLOGIA

Aulas síncronas semanais com duração de 2h30 (terças-feiras, das 9h30 às 12h), pelo Google Meet. Aulas teórico-discursivas, orientações e suporte para desenvolvimento das atividades assíncronas. Palestras e conversas com convidados. Pesquisa, debates e seminários. Proposta de trabalhos práticos, como elaboração de planos de negócios, estudos de viabilidade, entrevistas com empreendedores da área. Os materiais de referência para as aulas síncronas e assíncronas (textos, vídeos, entrevistas, aulas gravadas etc.), tal como os roteiros dos trabalhos, serão postados na plataforma Google Sala de Aula, por onde, também, os trabalhos serão entregues, avaliados e devolvidos. A plataforma também servirá como canal de comunicação com a turma. Um grupo de Whatsapp também será proposto para uma comunicação mais dinâmica.

## CRITÉRIOS/PROCESSOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

As metodologias de avaliação serão assim divididas:

- 10% da nota em presença, pontualidade e participação (individual) nos encontros síncronos.
- 90% da nota em atividades assíncronas individuais e em grupo.

A frequência dos alunos será verificada tanto pela presença nos momentos síncronos como pela resposta às atividades e acesso aos materiais dentro dos prazos previstos. Para ser aprovado, o estudante deve obter mais

de 75% de presença.  
O estudante que tenha presença suficiente para passar, mas não atingir a nota ao final das atividades poderá fazer a prova de recuperação final.

| <b>CRONOGRAMA</b> |            |   |
|-------------------|------------|---|
| <b>Aula</b>       | <b>Dia</b> | <b>Conteúdo</b>   |
| 1                 | 25/01      | - Abertura da disciplina e apresentações pessoais<br>- Apresentação da disciplina e do plano de ensino<br>- Combinados de trabalho: horários, canais de comunicação, atividades síncronas e assíncronas, distribuição de pontos |
| 2                 | 01/02      | <b>UNIDADE 1 - NOÇÕES DE MERCADO E EMPREENDEDORISMO</b><br>1.1 Capitalismo e consumo<br>1.2 Orientação das empresas ao mercado  |
| 3                 | 05/02      | [Sábado letivo - Atividades assíncronas]<br><b>UNIDADE 1 - NOÇÕES DE MERCADO E EMPREENDEDORISMO</b><br>1.3 Histórico do empreendedorismo no Brasil.<br>Atividade de pesquisa  |
| 4                 | 08/02      | <b>UNIDADE 1 - NOÇÕES DE MERCADO E EMPREENDEDORISMO</b><br>1.4 Comportamento Empreendedor.<br>1.5 Criatividade e inovação   |
| 5                 | 12/02      | [Sábado letivo - Atividades assíncronas]<br><b>UNIDADE 2 – EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO</b><br>2.1 Mercado publicitário e empreendedorismo em comunicação  |
| 6                 | 15/02      | <b>UNIDADE 2 – EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO</b><br>2.2 Tipos de agência e sua organização<br>2.3 Regulamentos e certificações<br>2.4 Oportunidades e prospecção  |
| 7                 | 19/02      | [Sábado letivo - Atividades assíncronas]<br><b>UNIDADE 2 – EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO</b><br>2.5 Formas de remuneração<br>2.6 Resultados   |
| 8                 | 22/02      | <b>UNIDADE 2 – EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO</b><br>2.7 Desenvolvimento de produtos   |
| -                 | 01/03      | FERIADO   CARNAVAL  |
| 9                 | 05/03      | [Sábado letivo - Atividades assíncronas]<br><b>UNIDADE 2 – EMPREENDEDORISMO EM COMUNICAÇÃO</b><br>Atividade Unidade 2   |
| 10                | 08/03      | <b>UNIDADE 3 - PLANO DE NEGÓCIO</b><br>3.1 Primeiras definições<br>3.2 Análise de mercado   |
| 11                | 12/03      | [Sábado letivo - Atividades assíncronas]<br><b>UNIDADE 3 - PLANO DE NEGÓCIO</b><br>3.3 Plano de marketing<br>3.4 Plano operacional  |
| 12                | 15/03      | <b>UNIDADE 3 - PLANO DE NEGÓCIO</b><br>3.5 Plano financeiro<br>3.6 Análise SWOT   |
| 13                | 19/03      | [Sábado letivo - Atividades assíncronas]<br>3.7 Produção de plano de negócio de uma empresa de comunicação<br>Primeira versão do plano.   |
| 14                | 22/03      | 3.7 Produção de plano de negócio de uma empresa de comunicação<br>Retorno e orientações a partir da primeira versão do plano.   |
| 15                | 29/03      | Apresentação dos trabalhos finais   |