



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Plano de Ensino

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Publicidade			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 20/07/2026			
Docente Responsável: Maria Nazareth Bis Pirola			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2			
Disciplina: Atendimento			Código: COS 04874
Pré-requisito:	Não consta		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h		
EMENTA			
As relações profissionais entre agência e cliente, o papel do cliente na definição dos objetivos e metas de campanhas publicitárias. A delimitação e a importância do setor de atendimento numa agência: competências e atributos profissionais. Como conhecer e interagir com o cliente. Métodos e práticas de atendimento. Processos de elaboração e interpretação do briefing. O atendimento e a imagem da agência.			
OBJETIVOS			
Objetivo geral: Compreender a função do atendimento publicitário no contexto atual da comunicação e das agências de propaganda.			
Objetivos Específicos:			
1. Conhecer as competências e atributos do profissional de atendimento;			
2. Conhecer os métodos, práticas e materiais de trabalho do atendimento;			
3. Compreender a importância do briefing: itens, elaboração e interpretação;			
4. Conhecer os tipos de pesquisa no contexto das marcas, mercado e agências;			
5. Entender a relação do atendimento com o planejamento e demais áreas da agência;			
6. Conhecer formas de apresentação de campanhas.			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
1º BIMESTRE			
➤ A Comunicação integrada no contexto do marketing e das agências			
➤ Estrutura e funções das agências de propaganda			
➤ Funções do Atendimento nas Agências e no Cliente			
➤ Técnicas e materiais de trabalho do Atendimento			
➤ O Briefing			

2º BIMESTRE ➤ Redação e interpretação de briefing ➤ Tipos de pesquisa ➤ Planejamento ➤ Elaboração de estratégias ➤ Apresentação de campanhas
BIBLIOGRAFIA BÁSICA
CORRÊA, Roberto. O Atendimento na Agência de Comunicação. São Paulo: Global, 2006. (disponível no drive da disciplina) LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Thomson Learning, 2007. (disponível na Biblioteca Ufes) PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. Hiperpublicidade, v. 2: atividades e tendências. São Paulo: Thomson Learning, 2008. (disponível na Biblioteca Ufes)
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
ADLER, R. & Firestone, C. (2002). A conquista da atenção: A publicidade e as formas de comunicação. São Paulo: Nobel. FERRARI, Flávio. Planejamento e Atendimento: A arte do guerreiro. São Paulo: Editora Loyola, 2001. GORDON, I. Marketing de relacionamento: Estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre. 3ª ed. São Paulo: Futura, 2000. LONGO, Walter. Atendimento. In: RIBEIRO, Júlio et all. Tudo o que Você Queria Saber Sobre Propaganda e Ninguém Teve Paciência para Explicar. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 1995. OGILVY, David. Confissões de um publicitário. 1ª ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2024. PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. Hiperpublicidade, v. 1: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson Learning, 2007. SHIBAYAMA, Ayumi; CAMARGO; Hertz Wendell de. Gestão Estratégica da Comunicação: estudos de caso. Curitiba: Syntagma Editores, 2026. XAVIER, Adilson. Storytelling. 3ª ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.
METODOLOGIA
Os métodos utilizados são: aula expositiva e dialogada; leitura de textos do referencial teórico; debate; estudos de caso; exercícios; elaboração de materiais de atendimento publicitário. Recursos técnicos são: quadro, pincel, computador com acesso à internet e projetor.
CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM
1º bimestre Prova individual – 10 pontos 2º bimestre Prova individual – 5 pontos Entrega de Briefing redigido (grupos) – 2 pontos Entrega de Pesquisa (grupos) - 1 ponto Apresentação de campanha/peças de comunicação (grupos) - 2 pontos

Média: A nota final será a média das 2 (duas) avaliações bimestrais. Será considerado aprovado o estudante que obtiver média igual ou superior a 7,0 (sete). Caso o estudante não alcance a média 7,0 (sete), será aplicada uma prova de recuperação (final) com todo o conteúdo programático da disciplina. Nestes casos, conforme regimento da UFES, após prova final, será considerado aprovado o estudante que obtiver média igual ou superior a 5,0 (cinco). **Frequência:** A frequência será aferida respeitando a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, que determina a participação dos(as) estudantes em 75% (setenta e cinco por cento) do conjunto das aulas e atividades planejadas para a disciplina, considerando a carga horária total.

CRONOGRAMA

1º BIMESTRE

AGOSTO/26

12/08 – Aula 1

- Apresentação do plano de disciplina; bibliografias; avaliações;
- A Comunicação integrada no contexto do marketing e das agências
- Comunicação administrativa; interna; institucional; e mercadológica

Cap. 1 - O Marketing e a Comunicação

Livro: Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica

Autora: Marcélia Lupetti

19/08 – Aula 2

- Estrutura das agências
- Funções do atendimento: conduzir reuniões; elaborar e interpretar briefings; negociação; apresentação de campanhas; mensuração de resultados; pós-venda.
- Habilidades essenciais do profissional de atendimento: observar; perguntar; escutar; entender.
- Técnicas e materiais de trabalho do Atendimento

Cap. 2 - O Papel do Atendimento nas Agências; e Cap. 3 – O Contato da Agência de Propaganda

Livro O Atendimento na Agência de Comunicação

Autor: Roberto Corrêa

26/08 - Aula 3

- Estrutura das agências
- Funções do atendimento: conduzir reuniões; elaborar e interpretar briefings; negociação; apresentação de campanhas; mensuração de resultados; pós-venda;
- Habilidades essenciais do profissional de atendimento: observar; perguntar; escutar; entender;
- Técnicas e materiais de trabalho do Atendimento.

Cap. 2 - O Papel do Atendimento nas Agências; e Cap. 3 – O Contato da Agência de Propaganda

Livro O Atendimento na Agência de Comunicação

Autor: Roberto Corrêa

SETEMBRO/26

02/09 – Intercom Nacional (docente/estudantes participarão do Intercom Nacional - UCB/Brasília)

Obs.: neste dia não haverá aula.

09/09 – Aula 4

- O Briefing
- Escolha de cliente real para elaboração de briefing

Cap. 6 - Livro O Atendimento na Agência de Comunicação

Autor: Roberto Corrêa

Cap. 7 - Briefing

Livro: *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*

Autora: *Marcélia Lupetti*

16/09 – Aula 5 - Semana de Artes do CAr

Obs.: Conforme Ofício Circular nº 08/2026-CAR/UFES, da Direção do CAr, todas as aulas no período de 16 a 20 de setembro ocorrerão no Parque Cultural Casa do Governador/Vila Velha)

23/09 – Aula 6

- O Briefing

Cap. 6 - Livro *O Atendimento na Agência de Comunicação*

Autor: *Roberto Corrêa* (disponível cópia escaninho da docente Depcom)

Cap. 7 - Briefing

Livro: *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*

Autora: *Marcélia Lupetti*

30/09 – Aula 7

- O Briefing

Cap. 6 - Livro *O Atendimento na Agência de Comunicação*

Autor: *Roberto Corrêa*

Cap. 7 - Briefing

Livro: *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*

Autora: *Marcélia Lupetti*

OUTUBRO/26

07/10 - Aula 8 - Prova Individual 1º bimestre – 10 pontos

2º BIMESTRE

Os materiais a seguir serão usados nas Aulas 9, 10, 11, 12, 13, 14 e 15

Cap.2 - *Planejamento Publicitário*; e Cap.3 - *Pesquisa de Mercado*

Livro *Hiperpublicidade – volume 2*

Autores: *Clotilde Perez e Ivan Santo Barbosa*

Cap.2 – Planejamento

Livro: *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*

Autora: *Marcélia Lupetti*

Cap. 5 – Estratégias

Livro: *Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica*

Autora: *Marcélia Lupetti*

Cap. 8 – Apresentação de campanhas

Livro *O Atendimento na Agência de Comunicação*

Autor: *Roberto Corrêa*

14/10 – Aula 9

- Pesquisa; planejamento; redação e interpretação de briefing; elaboração de estratégias;

apresentação de campanhas.

21/10 – Aula 10 – Participação da docente no Colóquio de Moda e no Cimode – Congresso internacional de moda – UDESC/Santa Catarina

Obs.: nesse dia a aula para a turma será de campo junto ao cliente escolhido (pesquisa em site, instagram, ponto-de-venda físico, coleta de materiais físicos de comunicação, fotografias, vídeos, conversas, entre outros)

28/10 – Feriado Dia do Servidor Público (feriado - não haverá aula)

NOVEMBRO/26

04/11 – Aula 11

- Pesquisa; planejamento; redação e interpretação de briefing; elaboração de estratégias; apresentação de campanhas.

11/11 – Aula 12

- Pesquisa; planejamento; redação e interpretação de briefing; elaboração de estratégias; apresentação de campanhas.

18/11 – Aula 13

- Pesquisa; planejamento; redação e interpretação de briefing; elaboração de estratégias; apresentação de campanhas.
- Orientações por grupos

25/11 – Aula 14

- Prova individual – 5 pontos nas 1ª e 2ª aulas (8 às 10h)
- Orientação por grupos na 3ª e 4ª aulas (10 às 12h)

DEZEMBRO/26

02/12 - Aula 15

Entrega do Briefing (grupos) - 2 pontos

Pesquisa (grupos) - 1 ponto

Apresentação de campanha/estratégias de comunicação/peça de comunicação (grupos) - 2 pontos

Email: n.pirola@uol.com.br