



Universidade Federal do Espírito Santo  
Centro de Artes – Departamento de Comunicação Social  
Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

2024/1

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

COS 04879

MÍDIA

7º período

Carga Horária Total  
60h

Créditos  
04

Distribuição da Carga Horária Semanal

Teoria

Exercício

Laboratório

Aprovado 19/02/2024

Turma: 01

2h

2h

0h

### EMENTA

Levantamento de dados. Tabulação e análise de dados sobre circulação, audiência e seleção de veículo para mensagem publicitária. Frequência das inserções. Orçamentos.

### OBJETIVOS

#### Geral:

1. Conhecer a atividade da mídia dentro do contexto da comunicação.
2. Planejar verbas publicitárias e selecionar os meios de comunicação.

#### Específicos:

1. Identificar as estratégias e táticas de mídia.
2. Utilizar as técnicas disponíveis para a escolha dos veículos, público-alvo e formulação das programações
3. Identificar os impactos da internet no comportamento no consumo de mídia.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### Unidade 1 – Introdução

- 1.1 – O que é mídia? Conceitos básicos.
- 1.2 – A importância da mídia e do profissional de mídia no contexto da comunicação.
- 1.3 – Organização e fluxograma do departamento de mídia dentro de uma agência.
- 1.4 – Panorama do investimento publicitário de mídia no ES.

#### Unidade 2 – Planejamento de mídia / estratégia

- 2.1 – As variáveis fundamentais
- 2.2 – Definição dos meios
- 2.3 – Estratégia de mídia
- 2.4 – Seleção dos meios
- 2.5 – Características dos meios
- 2.6 – Tipos de mídias
  - 2.6.1 – Tradicional
  - 2.6.2 – Especializada / segmentada
  - 2.6.3 – Alternativa
  - 2.6.4 – Mídias digitais
  - 2.6.5 – Recomendação dos meios
  - 2.6.6 – Criatividade em mídia
- 2.7 – Briefing
  - 2.7.1 – Público alvo
  - 2.7.2 – Concorrência
  - 2.7.3 – Aplicação da verba
  - 2.7.4 – Mercado
- 2.8 – Convergência em mídia
  - 2.8.1 – Comunicação integrada
  - 2.8.2 – Convergência dos meios
  - 2.8.3 – Interatividade
  - 2.8.4 – Cross mídia
- 2.9 – Pesquisa de mídia
  - 2.9.1 – Lembrança de marcas e penetração de mercado
  - 2.9.2 – Hábitos de consumos dos meios- FuturaMAP

#### Unidade 3 – Compra de mídia / tática

- 3.1 – Características dos veículos de comunicação
- 3.2 – Diferenças de meios e veículos
- 3.3 – Formulação do pensamento tático
- 3.4 – Fatores determinantes para compra de mídia
- 3.5 – Planos de mídia
  - 3.5.1 – Tabelas dos veículos
  - 3.5.2 – Simulações

- 3.5.3 – Custos de mídia – absoluto e relativo
- 3.5.4 – Disponibilidade de espaços para compra
- 3.5.5 – Negociação

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. BENETTI, Edison. **Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar**. São Paulo: Atlas, 1985.
2. SISSORS, Jack Z. & Bumba, Lincoln. **Planejamento de mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados 2022**. São Paulo: Grupo de Mídia, 2022.
2. BARBAN, A., Steven M. &. **A essência do Planejamento de Mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.
3. ZELTNER, Herbert. **Gerenciamento de Mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.
4. TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de Mídia**. São Paulo: Pearson, 2006.
5. <http://www.gm.org.br>
6. RABELO, Claudio. **A Estratégia do Cafezinho**. Rio de Janeiro: Alta books, 2023.

#### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Trabalhos em sala, seminário de criatividade em mídia e avaliação escrita.

#### PLANEJAMENTO

- 1ª Semana – Apresentação do programa de disciplina e aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Planejamento de mídia: Estratégia” In: BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 2ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Planejamento de mídia: Estratégia” In: BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 3ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Planejamento de mídia: Estratégia” In: BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 4ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Planejamento de mídia: Estratégia” In: BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 5ª Semana – Aula expositiva sobre o texto “Planejamento de mídia” In: SISSORS, Jack Z & Bumba, Lincoln. Planejamento de mídia. São Paulo: Nobel, 2001.
- 6ª Semana – Aula expositiva sobre o texto “Planejamento de mídia” In: SISSORS, Jack Z & Bumba, Lincoln. Planejamento de mídia. São Paulo: Nobel, 2001.
- 7ª Semana – Palestra com convidado. Debate sobre os assuntos abordados na atualidade da mídia.
- 8ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Planejamento de mídia: Variáveis fundamentais” In: BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 9ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Planejamento de mídia: Variáveis fundamentais” In: BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 10ª Semana – Orientação do seminário de criatividade
- 11ª Semana – Apresentação dos números de pesquisa Futura MAP, Ibope e Marplan.
- 12ª Semana – Apresentação do seminário de criatividade em mídia.
- 13ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Compras de mídia: táticas” In BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985
- 14ª Semana – Aula expositiva sobre o capítulo mídia: “Compras de mídia: táticas” In BENETTI, Edison. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém tinha paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1985.
- 15ª Semana – Avaliação escrita.

PROFESSOR(A): **Fernando Manhães** – [fernandomanhaes@prix.com.br](mailto:fernandomanhaes@prix.com.br).