



## Plano de Ensino

**Universidade Federal do Espírito Santo**

**Campus de Goiabeiras**

**Curso:** Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo

**Departamento Responsável:** Departamento de Comunicação Social

**Data de Aprovação (Art. nº 91):** 25/08/2022

**DOCENTE PRINCIPAL :** LUIS ENRIQUE CAZANI JUNIOR

Matrícula: 3288084

**Qualificação / link para o Currículo Lattes:** <http://lattes.cnpq.br/1338431203182045>

**Disciplina:** MARKETING E COMUNICAÇÃO

**Código:** COS04841

**Período:** 2022 / 2

**Turma:** 1

**Carga Horária Semestral:** 60

### Distribuição da Carga Horária Semestral

<b>Créditos:</b> 4	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60	0	0

### Ementa:

Conceituação de Marketing. A importância do marketing, da comunicação e do planejamento estratégico para as organizações. As organizações e seus produtos: bens, serviços e ideias. Marketing institucional e imagem de marca. Comportamento do consumidor. Globalização e segmentação de mercados.

### Objetivos Específicos:

### Conteúdo Programático:

- Marketing
  - 1.1 Conceito e histórico do marketing
  - 1.2 Composto ou mix de marketing
  - 1.3 Planejamento de marketing: ambientes, matrizes e avaliação
- Marketing Pessoal e Gestão de Carreira
  - 2.1 Carreira e plano de carreira
  - 2.2 Currículo, apresentação e networking
  - 2.3 Gestão do tempo e inteligência emocional
  - 2.4 Ferramentas para gestão de carreira: roda da vida, análise SWOT, 5W2H, perguntas poderosas e roda da inteligência emocional
- Comportamento do Consumidor, Globalização e Segmentação de Mercados
  - 3.1 Consumo, consumismo e consumerismo
  - 3.2 Modelos de comportamento do consumidor e etapas do processo de compra
  - 3.3 Segmentação de mercados
- Gestão de Marca: Criação de Valor e Posicionamento
- Gestão da Comunicação Integrada de Marketing

### Metodologia:

Aulas expositivas e dialogadas. Análises de cases, leitura de capítulos de livros e artigos, estudos dirigidos e seminários.

### Critérios / Processo de avaliação da Aprendizagem :

Atividade 01: Aplicação das ferramentas de gestão de carreira pelo aluno em sua trajetória. (2 pontos)

Atividade 02: Apresentação de seminário em grupo (Pesquisa de Mercado). (4 pontos)

Atividade 03: Apresentação de seminário em grupo (Plano de Marketing). (4 pontos)

**Bibliografia básica:****Bibliografia complementar:****Cronograma:**

<b>Aula</b>	<b>Data</b>	<b>Descrição</b>	<b>Exercícios</b>	<b>Observações</b>
01	16/09/2022	Apresentação do plano da disciplina. Discussão do texto "Marketing para o século XXI", extraído do livro "Administração de Marketing" escrito por Philip Kotler e Kevin Keller.		
02	23/09/2022	Marketing Pessoal e Gestão de Carreira.	Aplicação de ferramentas de gestão de carreira pelo aluno em sua trajetória: roda da vida, análise SWOT, 5W2H, perguntas poderosas e roda da inteligência emocional.	Atividade avaliativa.
03	30/09/2022	Discussão do texto "Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing", extraído do livro "Administração de Marketing" escrito por Philip Kotler e Kevin Keller.		
04	07/10/2022	Discussão dos textos "Coleta de informações e previsão de demanda" e "Condução de Pesquisa de Marketing", extraídos do livro "Administração de Marketing" escrito por Philip Kotler e Kevin Keller.		
05	14/10/2022	Aula destinada para a realização do trabalho sobre pesquisa de mercado.		
06	21/10/2022	Apresentação de seminário (Pesquisa de Mercado).		Atividade avaliativa.
07	28/10/2022	Apresentação de seminário (Pesquisa de Mercado).		Atividade avaliativa.
08	04/11/2022	Discussão do texto "Como elaborar um plano de Marketing" proposto pelo Sebrae.		
09	11/11/2022	Discussão de textos extraídos de "O comportamento do consumidor", livro escrito por Ernesto Michelangelo Giglio.		
10	18/11/2022	Discussão de textos extraídos de "O comportamento do consumidor", livro escrito por Ernesto Michelangelo Giglio.		
11	25/11/2022	Apresentação de seminário (Plano de Marketing).		Atividade avaliativa.
12	02/12/2022	Apresentação de seminário (Plano de Marketing).		Atividade avaliativa.
13	09/12/2022	Discussão dos textos "Criação de brand equity" e "A busca pelo posicionamento da marca", extraído do livro "Administração de Marketing" escrito por Philip Kotler e Kevin Keller.		
14	16/12/2022	Discussão dos textos "Projeto e gerenciamento de canais integrados em marketing" e "Planejamento e gestão da		

Aula	Data	Descrição	Exercícios	Observações
		comunicação integrada de marketing", extraído do livro "Administração de Marketing" escrito por Philip Kotler e Kevin Keller.		
15	23/12/2022	Discussão dos textos "Gerenciamento da comunicação de massa: propaganda, promoção de vendas, eventos e experiências e relações públicas" e "Gerenciamento das comunicações pessoais: marketing direto e interativo, comunicação boca a boca e vendas pessoais", extraído do livro "Administração de Marketing" escrito por Philip Kotler e Kevin Keller.		
16	27/01/2023	Entrega de notas e encerramento da disciplina.		

**Observação:**

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CONSOLO, Cecilia. Marcas: design estratégico: do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Blücher, 2015.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011

BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; VELOSO, Letícia. Consumo: cosmologias e sociabilidades. Rio de Janeiro: Mauad X; Seropédica, RJ: EDUR, 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2013.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

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