



Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo

Campus de Goiabeiras

Curso: Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

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: 2

Carga Horária Semestral: 60

Distribuição da Carga Horária Semestral

| Créditos: 4 | Teórica | Exercício | Laboratório |
|--------------------|----------------|------------------|--------------------|
| | 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:**

| Aula | Data | Descrição | Exercícios | Observações |
|-------------|-------------|---|--|-----------------------|
| 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.