



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 02/03/2026			
Docente Responsável: Wagner Piassaroli Mantovaneli			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: https://lattes.cnpq.br/0284151580041034			
Disciplina: MARKETING E COMUNICAÇÃO			Código: COS 04841
Pré-requisito:	Não possui		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	50h	10h	
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.			
Objetivo principal: Traçar quadro panorâmico sobre o Marketing e sua importância para as organizações, de forma que seja possível análise das variáveis que compõem as relações de troca, permitindo e favorecendo o alcance dos resultados mercadológicos pretendidos pelas organizações.			
Objetivos Específicos: Dominar aspectos gerais e funções do Marketing, bem como técnicas de gestão de marcas com vistas à produção de um planejamento estratégico de marketing; propiciar aos discentes uma visão crítica e ética sobre os desafios do marketing como as mudanças no comportamento do consumidor e os aspectos mercadológicos e econômicos decorrentes do ambiente.			

Conteúdo Programático 1- Introdução ao Marketing e Comunicação 2- As organizações e seus produtos
--

- 3- **Comportamento do Consumidor**
- 4- **Marketing Institucional, imagem da marca, introdução ao Branding**
- 5- **Marketing e Awareness**
- 6- **Marketing de Relacionamento**
- 7- **Marketing de Conteúdo (*Branded Content*)**
- 8- **Marketing e Sustentabilidade**

Metodologia: Aulas expositivas, exemplos práticos, apresentação de cases e debates guiados por bibliografia complementar.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

*Avaliação escrita individual, em data conforme calendário (50%)

*Produção e apresentação de um plano de marketing coletivo para empresa do mundo real (preferencialmente do mercado da comunicação local) em data conforme calendário (50%)

Bibliografia básica:

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, P; KELLER, K.L. **Administração de Marketing.** São Paulo: Pearson, 2015 LAS CASAS, A.L. **Marketing:** conceitos, exercícios, casos, São Paulo: Atlas, 2016

SEMPRINI, A. A marca pós-moderna. Poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

SOLOMON, N.R. Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2017.

Bibliografia complementar:

COUTO, A. **A (re) evolução do Branding.** São Paulo: Gente, 2024.

CATEORA, P. R; GRAHAM, J.L. **Marketing Internacional.** São Paulo: McGraw-Hill, 2016

DIAS, S. R. **Gestão de Marketing.** São Paulo: Saraiva, 2015.

Cronograma:

Aula 1: Apresentação da disciplina. Introdução e Conceitos Centrais de Marketing. As organizações e seus produtos: bens, serviços e ideias

Aula 2: Mix de Marketing

Aula 3: Planejamento estratégico de marketing: ambientes, matrizes, avaliações.

Aula 4: A estrutura do plano de marketing. A análise dos ambientes de marketing e implementação do plano

Aula 5: Comportamento do consumidor. Modelos de comportamento e etapas. O processo de compra

Aula 6: Imagem, Reputação e Branding

Aula 7: Marketing e Awareness: Marketing Institucional e Marketing de Relacionamento

Aula 8: Atendimento inicial das equipes

Aula 9: *Branded Content*

Aula 10: Atendimento de Grupos

Aula 11: Atendimento de Grupos

Aula 12: Marketing e Sustentabilidade. ESG e Publicidade e Propaganda

Aula 13: Atendimento de Grupos

Aula 14: Apresentações dos Planos de Marketing

Aula 15: Feedbacks e encerramento da disciplina