



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 17/07/2023			
Docente Responsável: Lívia Silva de Souza			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/9579821848792166			
Disciplina: Atendimento		Código: COS04874	
Pré-requisito:	Nenhum	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semanal		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h	0	0
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.			
Objetivo geral: Entender e relacionar o contexto atual da comunicação e das agências de propaganda, com a área de atendimento.			
Objetivos específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Conhecer as competências e atributos do profissional de atendimento.2. Conhecer a estrutura e importância da elaboração e análise de briefings.3. Conhecer a importância da gestão de relacionamento com os clientes.4. Fatores que influenciam o processo de comunicação.			

Conteúdo Programático

Unidade 1 – Arte de Atender

- 1.1. Valores no atendimento ao cliente.
- 1.2. A importância do atendimento na relação com os clientes.
- 1.3. A comunicação verbal e não verbal.

Unidade 2 – Necessidades e expectativas dos clientes

- 2.1. Quais as necessidades e expectativas dos clientes.
- 2.2. Regras básicas do atendimento: observar, perguntar, escutar e entender.

Unidade 3 – A agências de comunicação e o profissional de atendimento

- 3.1. Histórico
- 3.2. Perfil do profissional
- 3.3. Funções do atendimento publicitário

Unidade 4 – Práticas do atendimento

- 4.1. Contato inicial
- 4.2. Conduzindo reuniões
- 4.3. Briefing
- 4.4. Negociação
- 4.5. Apresentação de campanhas publicitárias
- 4.6. Mensuração dos resultados de uma campanha
- 4.7. O pós-venda.

Unidade 5 – Promovendo negócios

- 5.1. Prospecção direta e indireta.
- 5.2. Técnicas de vendas.

Unidade 6 – Gestão de clientes

- 6.1. Marketing de relacionamento.
- 6.2. Gestão de contas.

Metodologia:

Aulas expositivas dialogadas;
Estudos de caso;
Brainstorm;
Atividades práticas orientadas.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação será composta de três notas:

- Entrevista com profissional (3,0)
- Atividade de briefing (2,0)
- Trabalho final: prospecção e vendas (5,0)

Bibliografia básica:

MORGAN, Rebeca. **Como acalmar clientes irritados**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 1999.

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.

Adler, R. & Firestone, C. (2002). *A conquista da atenção: A publicidade e as formas de comunicação*. São Paulo: Nobel.

Bibliografia complementar:

FERRARI, Flávio. **Planejamento e Atendimento: A arte do guerreiro**. São Paulo: Editora Loyola, 2001.

GRIFFIN, Jill. **Como conquistar e manter o cliente fiel**. São Paulo: Editora Futura, 1998.

GORDON, I. **Marketing de relacionamento: Estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre**. 3a ed. São Paulo: Futura, 2000.

PEPPERS, D. ROGERS, M. **Marketing um a um: marketing individualizado na era do cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

VAVRA, T.G. **Marketing de Relacionamento (After marketing): Como manter a fidelidade de clientes através do marketing de relacionamento**. São Paulo: Atlas, 1993.

SIMÕES, Eloy. **Contato imediato com atendimento em propaganda**. São Paulo; Global Editora, 1992.

DA SILVA, Fábio Gomes e ZAMBON, Marcelo Socorro (org). **Gestão do relacionamento com o cliente**. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006.

Blackwell, R., Miniard, P. & Engel, J. (1999). *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos.

CRONOGRAMA

AULA 1 – 15/08 | Apresentação da disciplina, bibliografia e critérios de avaliação. 1.1. Valores no atendimento ao cliente.

AULA 2 – 22/08 | 1.2. A importância do atendimento na relação com os clientes. 1.3. A comunicação verbal e não verbal.

AULA 3 - 29/08 | 2.1. Quais as necessidades e expectativas dos clientes. 2.2. Regras básicas do atendimento: observar, perguntar, escutar e entender.

AULA 4 – 05/09 | 3.1. Histórico. 3.2. Perfil do profissional. 3.3. Funções do atendimento publicitário. Elaboração de roteiros para entrevista com profissional em grupos.

Para a próxima aula: entrevista com profissional de atendimento, em áudio ou vídeo.

Aula 5 – 12/09 | 3.3. Funções do atendimento publicitário.

Atividade avaliativa: apresentação das entrevistas com profissionais de atendimento. [3,0]

AULA 6 – 19/09 | 4.1. Contato inicial. 2.2. Conduzindo reuniões

AULA 7 – 26/09 | 4.3. Briefing. 4.4. Negociação

Para a próxima aula: apresentação do trabalho de briefing.

AULA 8 – 03/10 | Atividade avaliativa: apresentação do trabalho de briefing [2,0].

AULA 9 – 10/10 | 4.5. Apresentação de campanhas publicitárias.

AULA 10 – 17/10 | 4.6. Mensuração dos resultados de uma campanha. 4.7. O pós-venda.

AULA 11 – 24/10 | 5.1. Prospecção direta e indireta. 5.2. Técnicas de vendas.

AULA 12 – 31/10 | 6.1. Marketing de relacionamento.

AULA 13 – 07/11 | 6.2. Gestão de contas.

AULA 14 – 14/11 | Orientação dos trabalhos finais.

AULA 15 – 21/11 | Orientação dos trabalhos finais.

AULA 16 – 28/11 | Atividade avaliativa: Apresentação e entrega dos trabalhos finais [5,0]. Avaliação dos alunos sobre a disciplina e seu processo de aprendizado.

AULA 17 – 05/12 | Prova final. Encerramento da disciplina.

PROFESSOR: Lívia Silva de Souza

EMAIL: livia.souza.37@ufes.br