



Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia
Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br
CGC: 01.149.432/0001-21

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA	2015.2
CÓDIGO	DISCIPLINA
PUB041	MÍDIA II
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72H	7º

EMENTA

Planejamento de mídia. Objetivo de mídia. Cobertura. Frequência média. GRP. Programação. Custo por mil (custo"1%"). Simulação. Distribuição de frequência. Mídia enquanto referencial de custo na publicidade. Mídias digitais e redes sociais.

OBJETIVOS

GERAL:

Transmitir conhecimentos teóricos e práticos sobre os custos de mídia e a sua adequação à verba do cliente garantindo o impacto desejado.

ESPECÍFICOS:

- identificar as informações necessárias para execução do briefing de mídia.
- ressaltar a importância da pesquisa para execução de um bom plano de mídia.
- conhecer e praticar as técnicas de negociação de mídia.
- capacitar o aluno a atuar de forma criativa como profissional de mídia no mercado independente do porte da agencia e/ou empresa.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados

para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1 unidade

1. Análise de targets
2. Pesquisa de mídia (IBOPE, MARPLAN, IVC)
3. Mercado brasileiro de Consumo de mídia
4. Características dos meios
5. Formatos de veiculação
6. Tabela de preços – negociações e condições
7. Cálculo de GRP, TARP, CPM, CPP
8. Freqüência, cobertura, alcance e impactos

2 unidade

1. Novas mídias (Novas redes Sociais)
2. TV digital
3. Briefing de mídia
1. Planejamento de mídia
4. Objetivo de mídia
5. Estratégia de mídia
6. Tática de mídia
7. Plano de mídia
8. Flow chat, cash flow
9. Montagem e apresentação do plano de mídia

METODOLOGIA

Aulas expositivas
Produções individuais e coletivas
Estudos de caso
Vídeos
Análise de textos sobre marketing recentemente publicados
Textos relacionados aos assuntos abordados em sala

AVALIAÇÃO

Provas teóricas
Atividades práticas
Seminários e aulas expositivas
Análises de estudos de caso
Presença
Participação

Observações:

1. Os trabalhos devem ser entregues para o professor em sala de aula. Trabalhos que não forem apresentados ou entregues nos prazos estabelecidos serão considerados como não entregues e será atribuída nota zero ao mesmo.
2. Este plano de ensino será flexibilizado de acordo com a evolução obtida pela classe, podendo, portanto, sofrer alterações no decorrer do semestre, se necessário.
3. Os trabalhos e provas que apresentarem qualquer indício de cópia serão zerados e os alunos não terão uma nova oportunidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

TAHARA, Mizuo. **Contatos imediatos com a mídia**. São Paulo: global, 1986
RIBEIRO, Júlio et. Al. **Tudo o que você queria saber sobre propaganda...** São Paulo: Atlas, 1989.
NETO, Antonio Rosa. **Atração global: a convergência da mídia e tecnologia**. São Paulo. Makron Books, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: Teoria, Técnica e Prática, 5ª Ed., São Paulo, Pioneira, 1995.
SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. 2ª Ed., Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1986.
MCLUHAN, Marshal. Os meios de comunicação: extensão do homem, São Paulo, Cultrix, 1996.
NETO, Ângelo Frazão. *Midialização: O Poder da Mídia*. 1ª Ed. Ed. Nobel, 2006.
JUGENHEIMER, Larry D. Kelley & Robert W. *Uma Visão de Mídia para Gestores de Marca*. 1ª Ed., Ed. Nobel, 2006.
Biblioteca eletrônica recomendada: Site: www.scielo.br

COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA