



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FICHA Nº1 (permanente)

| | | |
|--|--|----------------|
| Disciplina: Comunicação Integrada de Marketing | | Código: SAOB04 |
| Natureza: (x) obrigatória () optativa | Semestral (X) Anual () Modular () | |
| Pré-requisito: nenhum | Co-requisito: nenhum | |
| Modalidade: (x) Presencial () 100% EaD () Parcialmente EaD ___*C.H. | | |
| CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal: 4h | Padrão (PD): 45h total/3h semanal | |
| | Laboratório (LB): 00 | |
| | Campo (CP): 00 | |
| | Estágio (ES): 00 | |
| | Orientada (OR): 15h total/1h semanal | |
| | Prática Específica (PE): 00 | |
| | Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00 | |
| EMENTA | | |
| <p>O papel da CIM no processo de Marketing. O processo de Comunicação. Mix de Comunicação. Planejamento de CIM. Desenvolvimento do Programa de Comunicação Integrada de Marketing. Estratégias Criativas em Comunicação. Recursos de Comunicação. Mídia Digital e Comunicação de Marketing. Ferramentas de CIM. O papel de Agências de Publicidade e Outras Organizações na CIM. Efetividade da Comunicação.</p> | | |
| BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos) | | |
| BELCH, G. E., e BELCH, M. E. Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing . 9ª edição. São Paulo: Editora AMGH, 2014. | | |
| LONGO, W. Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram . Alta Books, 2018. | | |
| SHIMP, T. A. Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing . 7ª edição. São Paulo: Bookman, 2008. | | |
| YANAZE, M. H. Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações . Saraiva Educação, 2021. | | |
| BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos) | | |
| CRESCITELLI, E.; SHIMP, T. A.; LEAL, M. M. Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação . Cengage Learning Edições, 2012. | | |
| KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 5.0—Tecnologia para a Humanidade . Editora Sextante, 2021. | | |
| OGDEN, J. R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador . Pearson Prentice Hall, 2004. | | |
| ROCHA, M. D. A. Comunicação integrada de marketing . Saraiva Educação SA, 2018. | | |
| SCOTT, D. M. Marketing e comunicação na era digital: fale diretamente com o cliente . São Paulo: Évora, 2015. | | |
| YANAZE, M. H.; FREIRE, O.; SENISE, D. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração . Difusão Editora, 2013. | | |
| SUGESTÃO DE PROGRAMA | | |
| <p>1. Significado e papel da CIM no processo de Marketing: Introdução à comunicação de Marketing; Relação entre o marketing e o CIM</p> <p>2. O Processo de Comunicação: Fonte, mensagem e canais; Modelo AIDA; Efeitos para o Consumidor</p> <p>3. Mix de Comunicação: Publicidade, Propaganda, Marketing Direto e Promoção de Vendas</p> <p>4. Planejamento de CIM: Objetivos e Orçamento da Comunicação</p> <p>5. Desenvolvimento do Programa de Comunicação Integrada de Marketing: Planejamento e desenvolvimento do criativo; Estratégias criativas em publicidade, promoção de vendas, publicidade, patrocínios de eventos; Estratégia Criativa na implementação e avaliação; Planejamento de mídia e decisões de seleção</p> <p>6. Estratégias Criativas em Comunicação: criatividade, campanhas, identidade e marketing de conteúdo</p> <p>7. Recursos de Comunicação: humanos, organizacionais e tecnologia</p> | | |

8. Mídia Digital e Comunicação: uso de mídias sociais no processo de comunicação integrada de marketing - mídia própria, mídia ganha e mídia paga

9. Ferramentas de CIM: Propaganda, Venda Pessoal, Marketing Direto, Mobile Marketing, Mídias Sociais, Relações Públicas, Promoção de Vendas e Patrocínios

10. O papel de Agências de Publicidade e Outras Organizações na CIM: Agências, Terceiros, Stakeholders e Parceiros

11. Efetividade da Comunicação: Métricas de Avaliação da Comunicação e Retorno sobre o Investimento

COMPETÊNCIAS DE ACORDO COM PPC 2023

COMPETÊNCIAS HUMANAS (CH): comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito

- (CH1) Competência de comunicação profissional e interpessoal
- (CH2) Competência de liderança de indivíduos e equipes de trabalho
- (CH3) Competência de trabalho em equipes multidisciplinares e multiculturais
- (CH5) Competência de adaptação e resiliência em situações de estabilidade e de mudança
- (CH6) Competência de reconhecer e aplicar princípios éticos nas relações pessoais, organizacionais e interorganizacionais
- (CH7) Competência de reconhecer e respeitar as necessidades e diferenças individuais e sociais
- (CH8) Competência de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento constante de conhecimentos, habilidades e competências
- (CH9) Competência de autonomia de aprendizagem, decisão e ação

COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD): gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico

- (CAD1) Competência na gestão de recursos e integração de tecnologias adequadas a diferentes oportunidades, problemas e contextos organizacionais
- (CAD2) Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar
- (CAD3) - Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais
- (CAD4) - Competência de avaliar o impacto socioeconômico e ambiental das ações e decisões
- (CAD5) - Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais
- (CAD8) - Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais
- (CAD9) - Competência de reconhecer e aproveitar oportunidades de atuação organizacional na solução e aperfeiçoamento das condições sociais, econômicas e ambientais

COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ): reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação

- (CLQ1) Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional
- (CLQ2) Competência de reconhecer e utilizar tecnologias de coleta e de análise de dados como apoio à tomada de decisão organizacional
- (CLQ3) Competência no desenvolvimento e utilização de modelos e sistemas de avaliação individual, de grupos, de processos e de resultados organizacionais

