



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE ENSINO			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus:	Goiabeiras
Curso:	Administração		
Departamento Responsável:	ADMINISTRAÇÃO		
Data de Aprovação (Art. nº 91):	16/02/2023		
Docente Responsável:	Lunie Imamura de Lima Dolibaina		
Qualificação/link para o Currículo Lattes:	<a href="http://lattes.cnpq.br/5644271887060293">http://lattes.cnpq.br/5644271887060293</a>		
Disciplina:	Administração de Empresas de Publicidade e Propaganda	Código:	ADM02090
Pré-requisito:	ADM06148 – Administração de Marketing	Carga Horária Semestral:	60
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teoria	Exercício	Laboratório
	30	30	---
<b>Ementa:</b> Atualizar os alunos sobre novas formas de se pensar a publicidade e propaganda de empresas na era do marketing digital. Temáticas como Big Data, Publicidade Multicanal, Marcas nas Redes Sociais, Métricas em Mídias Digitais e Comportamento do Consumidor no Ambiente Digital serão abordados ao longo da disciplina.			
<b>Objetivos Específicos:</b> Debater com os alunos os novos modelos de publicidade e propaganda na era do marketing digital e suas implicações para as marcas, o mercado e o consumidor.			
<b>Conteúdo Programático:</b>			
<b>Parte 1 – A Era do Marketing Digital</b>			
1.1 Marketing 5.0: o que é, características, exemplos e tendências			
1.2 Varejo Digital: desafios e oportunidades para o marketing			
1.3 Plataformas de Streamings: como as marcas estão aproveitando para fazer ações de marketing?			
1.4 Publicidade Digital: conhecimento é a senha para se destacar			
<b>Parte 2 – Big Data, Algoritmos e Publicidade</b>			
2.1 O uso do Big Data como Inteligência de Marketing e Publicidade			
2.2 Algoritmos da Publicidade: como manter alto nível de personalização de campanhas na era da privacidade?			
2.3 Internet das coisas: o que é, como funciona e como é utilizada?			
2.4 Questões éticas e legais envolvendo Big Data e Algoritmos			
<b>Parte 3 – Publicidade Multicanal</b>			
3.1 Estratégia de Marketing e Publicidade Multicanal			
3.2 As plataformas digitais e suas características e públicos			
3.3 A integração de canais on e offline			
<b>Parte 4 – Marcas nas Redes Sociais</b>			
4.1 A importância das marcas nas redes sociais			
4.2 Gestão do relacionamento com o cliente			
4.3 Gestão e controle das atividades de performance da marca nas mídias sociais			
<b>Parte 5 – Comportamento do Consumidor no Ambiente Digital</b>			

<p>5.1 Consumo digital e consumidor contemporâneo  5.2 Inovação e representatividade em novos mercados  5.3 Influenciadores virtuais  5.4 Creator Economy, Web 3.0 e NFTs</p>		
<p><b>Metodologia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula expositiva dialogada;</li> <li>- Exibição de vídeos com debates;</li> <li>- Realização de exercícios práticos em grupo;</li> <li>- Realização de exercícios práticos individuais;</li> <li>- Apresentação de seminários temáticos e;</li> <li>- Leitura de artigos.</li> </ul> <p>Obs.:</p> <p>Sala virtual: <a href="https://classroom.google.com/u/1/c/NTg3ODQ3MDkzMDA2">https://classroom.google.com/u/1/c/NTg3ODQ3MDkzMDA2</a>  Código: yab3in7</p>		
<p><b>Critérios/Processo de Avaliação da Aprendizagem:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregas parciais individuais: 5,0 / bimestre</li> <li>- Apresentação de seminários: 5,0 / bimestre</li> </ul>		
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TURCHI, Sandra R. <b>Estratégias de marketing digital e e-commerce</b> – 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2019.</li> <li>2. BUENO, Wilson da Costa. <b>Estratégias de comunicação nas mídias sociais</b> - Barueri, SP: Manole, 2015.</li> <li>3. ASSAD, Nancy. <b>Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital</b> - 1. ed. - São Paulo: Atlas, 2016.</li> </ol>		
<p><b>Bibliografia Complementar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. WHITE, Andrew. <b>Mídia digital e sociedade: transformando economia, política e práticas sociais</b> - São Paulo: Saraiva, 2016.</li> <li>2. ABREU, Cristiano Nabuco de (Org) Et All. <b>Vivendo esse mundo digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais</b> – Porto Alegre: Artmed, 2013.</li> <li>3. FERREIRA JUNIOR, Achilles Batista. <b>Marketing Digital: Uma análise do mercado 3.0</b>. Curitiba: Intersaberes, 2015.</li> <li>4. COSTA, Camila Gino Almeida. <b>Gestão de Mídias Sociais</b>. Curitiba: InsterSaberes, 2017.</li> <li>5. CARDOSO, Andre Lima. <b>Planejamento de Marketing Digital. Como posicionar sua empresa em mídias digitais, blogs, aplicativos móveis e sites</b>. São Paulo: Basport, 2015.</li> </ol>		
<b>Cronograma</b>		
<b>Aula</b>	<b>Conteúdo</b>	<b>Carga Horária</b>
Aula 1 (17/03)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentação da disciplina, plano de ensino, cronograma e pactuação de critérios de avaliação, prazos de entregas e compute de frequência. Introdução à disciplina.</li> <li>- Aula expositiva 1: Marketing 5.0 e Varejo Digital</li> <li>- Exposição e debate de vídeos/artigos sobre a era do marketing 5.0 e varejo digital.</li> <li>- Atividades para a próxima aula na sala virtual.</li> </ul>	4
Aula 2 (24/03)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula expositiva 2: Plataformas de Streamings e Publicidade Digital.</li> <li>- Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Plataformas de Streamings e Publicidade Digital.</li> <li>- Atividades para a próxima aula na sala virtual.</li> </ul>	4
Aula 3 (31/03)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula expositiva 3: Big Data e Algoritmos.</li> <li>- Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Big Data e Algoritmos.</li> <li>- Atividades para a próxima aula na sala virtual.</li> </ul>	4

<b>07/04</b>	<b>FERIADO</b>	-
Aula 4 (14/04)	- Aula expositiva 4: Internet das Coisas e Ética. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Internet das Coisas e Ética. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
<b>21/04</b>	<b>FERIADO</b>	-
Aula 5 (28/04)	- Aula expositiva 5: Estratégia de Marketing e Publicidade Multicanal. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Estratégia de Marketing e Publicidade Multicanal. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
Aula 6 (05/05)	- Aula expositiva 6: Plataformas Digitais e Integração de canais. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Plataformas Digitais e Integração de canais. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
Aula 7 (12/05)	- Aula expositiva 7: Marcas nas Redes Sociais. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Marcas nas Redes Sociais. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
<b>Aula 8 (19/05)</b>	<b>Apresentação de Seminários</b>	<b>4</b>
Aula 9 (26/05)	- Aula expositiva 8: Relacionamento com o Cliente e KPIs. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Relacionamento com o Cliente e KPIs. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
Aula 10 (02/06)	- Aula expositiva 9: Consumidor Digital e Contemporâneo. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Consumidor Digital e Contemporâneo. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
<b>09/06</b>	<b>FERIADO</b>	-
Aula 11 (05/06)	- Aula expositiva 10: Inovação e representatividade em novos mercados. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Inovação e representatividade em novos mercados. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
Aula 12 (16/06)	- Aula expositiva 11: Influenciadores virtuais. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Influenciadores virtuais. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
Aula 13 (23/06)	- Aula expositiva 12: Creator Economy, Web 3.0 e NFTs. - Exposição e debate de vídeos/artigos sobre Creator Economy, Web 3.0 e NFTs. - Atividades para a próxima aula na sala virtual.	4
<b>Aula 14 (30/06)</b>	<b>Apresentação de Seminários</b>	<b>4</b>
<b>Aula 15 (07/07)</b>	<b>Devolutiva e notas</b>	<b>4</b>
<b>Aula 16 (14/07)</b>	<b>Prova Final</b>	<b>4</b>
	<b>Total Carga-horária</b>	<b>64</b>

