



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/>	Disciplina	<input type="checkbox"/>	Estágio
<input type="checkbox"/>	Atividade complementar	<input type="checkbox"/>	Prática de ensino
<input type="checkbox"/>	Monografia	<input type="checkbox"/>	Módulo

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
---	----------------------------------	-----------------------------------

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária Semanal		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
CO 338	Marketing aplicado ao rádio e TV	2	2	3	60	

Pré-requisitos	Introdução ao Marketing	Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	-------------------------	---------------	--	-----------------	--

EMENTA

O marketing no Rádio e na TV. Estratégias de marketing. Integração entre as mídias e os seus diversos agentes mercadológicos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1- O Marketing nas emissoras de rádio e TV
 - Quem faz?
 - O papel do produtor
 - Produção x Marketing x Comercial : uma visão compartilhada
 - Produtos de Rádio e TV: O que é nosso produto e como promovê-lo
- 2- Relembrando as ferramentas
 - O que é um plano de marketing?
 - A Matriz SWOT.
 - A Matriz BCG.
 - Objetivos e Estratégias.
- 3- Como aplicar o Marketing na criação e lançamento de produtos
 - 1ª etapa: Adequando idéias e utilizando as ferramentas
 - 2ª etapa: Escrevendo o Plano (ou Projeto): Etapas de um projeto de Rádio e TV
 - 3ª etapa: Repassar o Plano para o Dept de Marketing e/ou Comercial
 - 4ª etapa: Roteirizar e produzir o produto.
 - 5ª etapa: Preparar chamadas da programação.
 - 6ª etapa: Enviar projeto pronto para agências /clientes

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

Departamento de Comunicação Social

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, Marcos . (1992) **Administração de Marketing**. 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas
KOTLER , Phillip (2000) **Administração de Marketing**. 1ª edição. São Paulo: Editora Atlas.
POLIZEI , Eder (2005) **Plano de Marketing**. São Paulo: Editora Thomson & Learning
STRAUBAAR, Joseph e LA ROSE, Robert. (2003). **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. Editora Thomson & Learning

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

Departamento de Comunicação Social

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA