

Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()		Eixo Comum (X)	Eixo Universal ()
Curso: Publicidade e Propaganda		Núcleo Temático: Fundamentação Específica / Fundamentação Contextual	
Nome do Componente Curricular: Marketing e Comunicação I			Código do Componente Curricular:
Carga horária: 2 horas/aula	(X) Teóricas () Práticas	Etapas: 4ª	
Ementa: Definição inicial de conceitos e fundamentos para a compreensão do universo do marketing, discutindo a evolução mercadológica, os ambientes externos e o interno, envolvendo o composto de marketing.			
Conteúdo Programático: <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing e Comunicação Integrada: princípios 2. Origem, evolução e expansão do marketing 3. Os 4Ps clássicos do mix de marketing: produto, preço, praça e promoção 4. O produto e a comunicação do produto: agregando valores intangíveis aos tangíveis 5. Comunicar para promover 6. 4 + 3Ps do marketing de serviços: pessoas, processos e percepção 7. Comunicar para gerar percepção 8. Base de dados para decidir em comunicação e marketing: análise do macroambiente 9. Base de dados para decidir em comunicação e marketing: análise do microambiente 10. Base de dados para decidir em comunicação e marketing: análise do ambiente interno 11. Pensar para decidir: introdução às matrizes de análise de modelo de negócio 12. Comunicação e Marketing nas organizações 			
Bibliografia Básica: ROMAN, Kenneth. O Rei da Madison Avenue. São Paulo: Ed Cultrix, 2011 LUPETTI, Marcélia. Administração em publicidade: A verdadeira alma do negócio. 1ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2003. MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí!. São Paulo: Atlas, 2004			
Bibliografia Complementar: KIRKPATRICK, Jerry. Em defesa da propaganda: argumentos a partir da razão, do egoísmo ético e do capitalismo laissez-faire			

MENA BARRETO, Roberto. Criatividade em Propaganda. 12 a. edição. São Paulo: Summus, 2003

RIBEIRO, Julio. Fazer acontecer. São Paulo: Saraiva: Virgília, 1999

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. Rio de Janeiro: Campus, 2003

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 7 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003