



Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X )			Eixo Comum ( )		Eixo Universal ( )	
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO			Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS			
Nome do Componente Curricular: ELABORAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS NA COMUNICAÇÃO				Código do Componente Curricular: ENEX50278		
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38h	( X ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 3				
<p>Ementa:</p> <p>Estudo sobre as principais ferramentas de elaboração e análise de dados fundamentais para o desenvolvimento dos processos de estruturação e sistematização da análise e de tomada de decisão na comunicação.</p>						
<p>Conteúdo Programático</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Introdução a Estatística da Publicidade</li><li>- SIM - Sistema de Informação em Marketing</li><li>- Conjuntos de Dados – elaboração</li><li>- Análise de dados na comunicação</li><li>- Gráficos e infográficos</li><li>- As principais métricas e relatórios em Mídias Sociais</li></ul>						
<b>Sem</b>	<b>Tópico do conteúdo</b>	<b>Referências Bibliográficas</b>				
<b>1</b>	Apresentação da disciplina e formas de avaliação, ementa, calendário e contrato pedagógico					
	Introdução aos processos de estatística e análise de dados - principais medidas	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011				



2		nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
3	Introdução aos processos de estatística e análise de dados – principais medidas	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
4	Introdução aos processos de estatística e análise de dados - exercícios – média, desvio, moda, mediana	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
5	Introdução aos processos de estatística e análise de dados - exercícios – tabelas	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
6	SIM – Sistema de Informação em Marketing - teoria	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
7	SIM – Sistema de Informação em Marketing - exercícios	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
8	Avaliação – N1	
9	Conjunto de dados - tipos	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
10	Conjunto de dados - exercícios	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
11	Análise de dados – teoria	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011



		nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
12	Análise de dados – exercícios	LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico
13	Análise de dados – relatório	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
14	Gráficos e infográficos – teoria e construção	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
15	Gráficos e infográficos– teoria e construção	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
16	As principais métricas e relatórios em mídias sociais – teoria	MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006 nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico
17	Avaliação – N2	
18	Apresentações – atividade final	Atividade dos alunos
19	Apresentações – atividade final	Atividade dos alunos
20	Avaliação substitutiva	
21	Avaliação Final	



*Bibliografia Básica:*

LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011

nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico

MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006

nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico

LEVINE, David; BERENSON, Mark L.; STEPHAN, David. Estatística: Teoria e Aplicações - Utilizando Microsoft Excel Português. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015 nº 519.50285 E79 6.ed. / 2015 - também disponível livro eletrônico

*Bibliografia Complementar:*

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estatística geral e aplicada. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

nº 519.5 M386e 4 ed. 2011 – também disponível livro eletrônico

BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro Alberto. Estatística básica. 8. Ed. São Paulo: Saraiva, 2015.