



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: MARKETING GOVERNAMENTAL, POLÍTICO E ELEITORAL		Código do Componente Curricular: ENEX50644	
Carga horária: 2 horas aula 32 h / 38 h/a	( x ) Sala de aula (   ) Laboratório (   ) EaD	Etapa: 6	
<p>Ementa:</p> <p>Estudo das práticas estratégicas do Marketing desenvolvido para o ambiente de eleições nas múltiplas esferas do poder e também na comunicação mercadológica dos governos eleitos. Estabelecimento da relação da comunicação com o dinamismo político e social. Análise do contexto nacional sob a égide cidadã e o comportamento refletivo nas ações de comunicação pública e política. Compreensão dos eixos balizadores de promoção de engajamento cidadão e comunicação pública e política. Desenvolvimento do conceito de <i>Place Branding</i>, bem como sua estrutura de planejamento para ambientes em território nacional e internacional, em cidades, países e regiões.</p>			
<p>Conteúdo Programático:</p> <p>Comunicação e política;</p> <p>Sistema Político Brasileiro;</p> <p>Relação da mídia na política;</p> <p>Comunicação e marketing eleitoral;</p> <p>Estratégias eleitorais e planejamento de campanha;</p> <p>Construção da imagem-marca de candidato/político;</p> <p>Engajamento cidadão e representação política;</p> <p>Engajamento cidadão nas redes sociais;</p> <p>Ações de Comunicação Governamental;</p> <p>Imagem e reputação pública;</p>			



Conceito de marca no poder público;

Estratégias de planejamento de território (*Great Place e Public Space*).

*Place Brand* e desenvolvimento econômico.

Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentação do conteúdo / unidades de trabalho	MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. Comunicação e Política: Capital Social, Reconhecimento e Deliberação. São Paulo: Summus, 2011.
2	Comunicação e política – conceitos iniciais	TELLES, Helcimara. Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina. Belo Horizonte: UFMG, 2013.  NICOLAU, Jairo. Eleições no Brasil: do Império aos dias atuais. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2015.
3	Sistema Político Brasileiro (Estrutura Democrática Brasileira)	MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. Comunicação e Política: Capital Social, Reconhecimento e Deliberação. São Paulo: Summus, 2011.  NICOLAU, Jairo. Eleições no Brasil: do Império aos dias atuais. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2015.
4	Sistema Eleitoral Brasileiro (Estrutura e Eleições – Justiça Eleitoral)	TORQUATO DO REGO, Gaudêncio. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Summus, 2014.
5	Relação dos meios na política contemporânea (fatos x denúncias)	CARVALHO, Marco Antonio. Comunicação e Assessoria de Imprensa para Governo. São Paulo: M. Books, 2016.
6	Comunicação e Marketing Eleitoral	TELLES, Helcimara. Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina. Belo Horizonte: UFMG, 2013.
7	Estratégias eleitorais e planejamento de campanha	TORQUATO DO REGO, Gaudêncio. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Summus, 2014.
8	Dinâmicas estruturais de uma campanha político eleitoral	FIGUEIREDO, Rubens. Marketing Político e Persuasão Eleitoral. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2000.



		QUEIROZ, Adolpho. No espaço Cênico da Comunicação Política. Taubaté: Papel Brasil, 2011.
9	Construção da imagem-marca de candidato/político/partido político/mov.	CARVALHO, Marco Antonio. Comunicação e Assessoria de Imprensa para Governo. São Paulo: M. Books, 2016.
10	Engajamento cidadão e representação política	MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. Comunicação e Política: Capital Social, Reconhecimento e Deliberação. São Paulo: Summus, 2011.
11	Engajamento cidadão, atores políticos e política nas redes sociais	MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. Comunicação e Política: Capital Social, Reconhecimento e Deliberação. São Paulo: Summus, 2011.
12	Ações de Comunicação Governamental	TORQUATO DO REGO, Gaudêncio. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Summus, 2014  CAÑIZALES, A; CASTILHO, A; MACEDO, R.G. Comunicación Política y Democracia em Latinoamerica: Retos y Perspectivas. São Paulo: Editora EME, 2016.
13	Construção de uma identidade de Gestão / Fortalecendo a comunicação	TELLES, Helcimara. Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina. Belo Horizonte: UFMG, 2013.
14	Imagem e reputação pública	TELLES, Helcimara. Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina. Belo Horizonte: UFMG, 2013.
15	Conceito de marca no poder público	TORQUATO DO REGO, Gaudêncio. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Summus, 2014.
16	Place Brand e desenvolvimento econômico	FIGUEIREDO, Rubens. Marketing Político e Persuasão Eleitoral. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2000.  CAÑIZALES, A; CASTILHO, A; MACEDO, R.G. Comunicación Política y Democracia em Latinoamerica: Retos y Perspectivas. São Paulo: Editora EME, 2016.



17	Apresentação de Painel sobre Marketing e Política – Parte I	TORQUATO DO REGO, Gaudêncio. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Summus, 2014.
18	Apresentação de Painel sobre Marketing e Política – Parte II	FIGUEIREDO, Rubens. Marketing Político e Persuasão Eleitoral. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2000.
19	Tendências de Place Branding aliado a conceitos contemporâneos de cidades Inteligentes e Economia Criativa.	CAÑIZALES, A; CASTILHO, A; MACEDO, R.G. Comunicación Política y Democracia em Latinoamerica: Retos y Perspectivas. São Paulo: Editora EME, 2016.
20	Aplicação SUB	Bibliografia Básica e Complementar do componente.
21	Aplicação PF	Bibliografia Básica e Complementar do componente

***Bibliografia Básica:***

MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. *Comunicação e Política: Capital Social, Reconhecimento e Deliberação*. São Paulo: Summus, 2011.

TELLES, Helcimara. *Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina*. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

TORQUATO DO REGO, Gaudêncio. *Novo Manual de Marketing Político*. São Paulo: Summus, 2014.

***Bibliografia Complementar:***

CAÑIZALES, A; CASTILHO, A; MACEDO, R.G. *Comunicación Política y Democracia em Latinoamerica: Retos y Perspectivas*. São Paulo: Editora EME, 2016.

CARVALHO, Marco Antonio. *Comunicação e Assessoria de Imprensa para Governo*. São Paulo: M. Books, 2016.

FIGUEIREDO, Rubens. *Marketing Político e Persuasão Eleitoral*. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

QUEIROZ, Adolpho. *No espaço Cênico da Comunicação Política*. Taubaté: Papel Brasil, 2011.

NICOLAU, Jairo. *Eleições no Brasil: do Império aos dias atuais*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2015.