



|  |   |   |                    |
|--|---|---|--------------------|
| 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:<br>ELABORAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS NA COMUNICAÇÃO   |   | Código do Componente Curricular: ENEX50278  |                    |
| Carga horária:<br>2 horas aula<br>32h/ 38h   | ( x ) Sala de aula<br>( ) Laboratório<br>( ) 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> <p>Introdução a Estatística da Publicidade</p> <p>SIM - Sistema de Informação em Marketing</p> <p>Conjuntos de Dados – elaboração</p> <p>Análise de dados na comunicação</p> <p>Gráficos e infográficos</p> <p>As principais métricas e relatórios em Mídias Sociais</p> |   |   |                    |
| <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. |   |                    |



|    |   |  |
|----|---|--|
| 2  | Introdução aos processos de estatística e análise de dados - principais medidas – Exemplos de aplicação             | LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico                 |
| 3  | Introdução aos processos de estatística e análise de dados – principais medidas - média, moda, mediana, desvio e cv | 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, moda, mediana, desvio e cv         | 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  | <b>XIV - Encontro Comunicação e Letras</b>  |  |
| 9  | Conjunto de dados - tipos   | LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011 nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico                 |
| 10 | <b>Avaliação N1</b>   | análise numérica de dados – principais medidas   |
| 11 | 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   |
| 12 | Análise de dados – teoria   | LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011<br>nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico                 |
| 13 | Análise de dados – exercícios   | LARSON, Farber. Estatística Aplicada. 4 ed. Pearson, 2011<br>nº 519.5L334e 4.ed/2011 – também disponível livro eletrônico                 |
| 14 | Análise de dados – relatório  | MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006<br>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<br>nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico |
| 16 | Gráficos e infográficos– teoria e construção; principais métricas e relatórios em mídias sociais – teoria | MALHOTRA, Naresh K..[et al]. Introdução à Pesquisa de Marketing. Pearson, 2006<br>nº 658.83 I61 2006 - também disponível livro eletrônico |
| 17 | Apresentações dos relatórios  |   |
| 18 | <b>Avaliação N2</b>   | Entrega e apresentação relatório  |
| 19 | Avaliação Substitutiva  |   |
| 20 | Avaliação Final   |   |



*Instrumentos Avaliativos*

N1 – ANÁLISE NUMÉRICA DE DADOS – PRINCIPAIS MEDIDAS – AVALIAÇÃO – 10 pontos

N2 – Entrega e apresentação do relatório – 10 pontos

$MF = (N1 \cdot 5 + N2 \cdot 5) / 2 + \text{Partic}$

*Bibliografia Básica:*

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

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

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

nº 658.83 I61 2006 - 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 - 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 – disponível livro eletrônico

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

MOLINA, Vanessa A. Franco; UTSUNOMIYA, Fred Izumi. *Pesquisa de marketing: guia prático*. São Paulo: Editora Mackenzie, 2018.

KANNO, Mario. *Infografia: guia básico de didáticos*. 1ª edição, São Paulo: Boreal Edições, 2018.