

PUBLICIDADE, PROPAGANDA E PROMOÇÃO DE VENDAS

Ementa

Conceitos e definições de propaganda e publicidade. História da publicidade no Brasil. Meios e veículos de comunicação. Comunicação. Publicidade contemporânea. Comunicação mercadológica. Marketing. Agência de publicidade. Peças publicitárias. Campanha publicitária. Ética na publicidade e propaganda. Composto de vendas. Ciclo de vida de um produto. Promoção de vendas. Comunicação integrada de marketing (CIM). Promoção de vendas no ambiente virtual.

Plano de Aula

1.Propaganda e publicidade

2.O mundo da publicidade

3.Agência de publicidade

4.Atividades e produtos da publicidade e propaganda

5.O futuro da comunicação mercadológica

6.Composto promocional ? apresentando a promoção de vendas

7.A atuação da promoção de vendas

8.Gerenciamento da promoção de vendas

9.Aspectos Contemporâneos da promoção de vendas

Bibliografia

CHURCHILL JUNIOR,

Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COSTA, Antonio R.; CRESCITELLI, Edson. Marketing promocional para mercados competitivos. São Paulo: Atlas, 2003.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Atlas, 1980.

LUPETTI, Marcélia. Administração em publicidade. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica, prática. 7. ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 1998.