

PLANO DE AULAS

CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DISCIPLINA: DECISÕES ESTRATÉGICAS DE MÍDIA

Semestre: 8º SEMESTRE

Plano de Aulas

Sem	tema do conteúdo programático
1 5/2 - 14/2	AULA <ul style="list-style-type: none">• Apresentação do plano da disciplina• Apresentação da dinâmica das disciplinas no 8º semestre• Apresentação do papel e da importância da mídia nessa fase do trabalho (monografia e TCC)• Discussão sobre o papel dos professores das disciplinas, do orientador e do protagonismo do aluno na confecção do trabalho• Discussão sobre os temas dos trabalhos• Confirmação dos alunos e dos grupos• Informação sobre o cronograma do TCC e da Monografia nesse semestre
2 17/2 – 21/2	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão objetivo de mídia• Mídia na comunicação integrada
3 24/2 – 28/2 (24/2 – 26/2 carnaval)	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão índices V% e H%, afinidade e as informações relevantes sobre público-alvo• Revisão Estratégia de Mídia
4 2/3 – 6/3	<ul style="list-style-type: none">• Revisão índices V% e H%, afinidade e as informações relevantes sobre público-alvo• Revisão Estratégia de Mídia
5 9/2 – 13/2	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão Tática de Mídia – DIGITAL
6 16/3 – 20/3	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão Tática de Mídia – DIGITAL
7 23/3 – 27/3	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão Tática de Mídia – DIGITAL
8 30/3 – 3/4	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão Tática de Mídia – RÁDIO E TV FECHADA

9 6/4 – 10/4 (10/4 – feriado)	AULA <ul style="list-style-type: none">• Revisão Tática de Mídia – JORNAL E REVISTA• LANÇAMENTO DE NOTA P1
10 13/4 – 17/4	AULA <ul style="list-style-type: none">• Orientações com hora marcada
11 20/4 – 24/4 (20/4 – 21/4 feriado)	AULA <ul style="list-style-type: none">• Orientações com hora marcada
12 27/4 – 1/5 (1/5 – feriado)	AULA <ul style="list-style-type: none">• Orientações com hora marcada
13 4/5 – 8/5	AULA 1 <ul style="list-style-type: none">• Orientações com hora marcada
14 11/5 – 15/5 (11/6 – 12/6 – feriado)	AULA <ul style="list-style-type: none">• Orientações com hora marcada
15 18/5 - 22/5	AULA <ul style="list-style-type: none">• Plantão para auxílio na finalização dos projetos
16 25/5 - 29/5	AULA <ul style="list-style-type: none">• Plantão para auxílio na finalização dos projetos
17 1/6 – 5/6	<ul style="list-style-type: none">• PROVA SUBSTITUTIVA• 2/6 LANÇAMENTO DE NOTAS P2
18 8/6 – 12/6	<ul style="list-style-type: none">• DEVOLUTIVA PROVA SUBSTITUTIVA
19 15/6 – 19/6	<ul style="list-style-type: none">• REALIZAÇÃO DE BANCAS DE TCC• PROVAS FINAIS
20 22/6 – 26/6	<ul style="list-style-type: none">• REALIZAÇÃO DE BANCAS DE TCC• FECHAMENTO DAS NOTAS

AVALIAÇÃO P1:

Trabalho em grupo de TCC para elaboração de um plano de mídia completo.

AVALIAÇÃO P2:

Participação em orientações e etapa de planejamento do TCC final.