



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		<b>Campus Goiabeiras</b>	
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 31 de março de 2022			
<b>Docente Responsável:</b> Flávia Mayer dos Santos Souza			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/7612159350183081">http://lattes.cnpq.br/7612159350183081</a>			
<b>Disciplina:</b> ATENDIMENTO PUBLICITÁRIO			<b>Código:</b> COS 04874
<b>Pré-requisito:</b>	Não há		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos: 3</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60		0
<b>Ementa:</b> As relações profissionais entre agência e cliente, o papel do cliente na definição dos objetivos e metas de campanhas publicitárias. A delimitação e a importância do setor de atendimento numa agência: competências e atributos profissionais. Como conhecer e interagir com o cliente. Métodos e práticas de atendimento. Processos de elaboração e interpretação do briefing. O atendimento e a imagem da agência.			
<b>Objetivos:</b> <b>Geral:</b> Compreender a função, os métodos e as técnicas de trabalho do profissional de atendimento no contexto da atividade publicitária e dos desafios contemporâneos.  <b>Específicos:</b> Compreender o fluxo de trabalho da agência de publicidade, bem como as funções, perfil e competências do profissional de atendimento nesse contexto; Conhecer a atuação do atendimento publicitário, bem como os documentos sob a responsabilidade do profissional, como o relatório de visitas e o briefing; Saber ordenar e interpretar informações e fazer diagnóstico da situação dos clientes; Conhecer e traduzir teorias e técnicas necessárias à proposição, execução e avaliação de soluções de comunicação para os anunciantes; Conhecer as técnicas de apresentação de planos e campanhas; Conhecer os procedimentos de prospecção, relacionamento e gestão de contas; Saber gerenciar a atividade publicitária de forma integrada, bem como frente aos desafios que se			

projetam na área de comunicação.

### **Conteúdo Programático**

Unidade I - Introdução ao atendimento e o contexto atual

Histórico

Características e funções

O papel do profissional de atendimento na agência e na empresa anunciante

Fluxo de trabalho do atendimento no cliente e na agência

O profissional e os novos arranjos na área da publicidade

Unidade II - As atividades do atendimento: o briefing

O desenvolvimento do briefing: identificação de oportunidades, preparação para a reunião com o cliente, entrevista ao cliente, relatório de visitas, briefing escrito e briefing oral

A construção do briefing

Estudos relacionados ao público-alvo

Definição de verba

Documentação da conta

O briefing e a contribuição do atendimento ao planejamento de comunicação

Interpretação, diagnóstico e solução de problemas de comunicação

O relacionamento com o cliente e a gestão de contas

Unidade III - As atividades do atendimento: a apresentação da proposta de comunicação

As modalidades de apresentações orais e escritas

Os argumentos: plano, criação, mídia e produção

A visão do cliente: critérios para aprovação de uma proposta de comunicação

A avaliação da comunicação

Unidade IV - As atividades do atendimento: prospecção

Plano de prospecção de contas publicitárias

A visão do cliente: modos e critérios de seleção de uma agência por parte do anunciante

Unidade V - O atendimento e os desafios contemporâneos

O atendimento publicitário em um contexto de transformações, como a hiperpublicidade, a publicidade híbrida, o entretenimento publicitário interativo, entre outros

### **Metodologia:**

Aulas expositivas/dialogadas; leituras orientadas; estudos de casos; seminários; discussões dirigidas; exercícios práticos; visita técnica; atividades individuais e em grupos que permitam a aplicação dos conceitos apresentados.

Recursos: lousa, data show, computador, DVD, textos didáticos, materiais impressos (revistas especializadas, anúncios, folders e outros exemplos de peças publicitárias).

### **Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:**

A avaliação ocorrerá no decorrer do processo de aprendizagem. A partir dos eixos abaixo detalhados, será calculada a média.

1. Exercícios em sala de aula: 10,0
2. Trabalho em grupo sobre o profissional de atendimento publicitário e o contexto contemporâneo: 10,0
3. Prova individual: 10,0

No final do período, os alunos que tiverem a frequência mínima e não alcançarem média 7.0 farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

**Bibliografia básica:**

CORRÊA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2009.  
CORRÊA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. São Paulo: Global, 2008.  
FERRARI, Flávio. **Planejamento e atendimento: a arte do guerreiro**. São Paulo: Loyola, 2001.  
LUPETTI, Marcélia. **Administração em publicidade: a verdadeira alma do negócio**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.  
PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Org.). **Hiperpublicidade**. São Paulo, SP: Thomson Learning, 2008. v. 2.  
SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus: ABP, 1999.

**Bibliografia Complementar:**

CASAQUI, Vander; Lima, Manolita Correia; RIEGEL, Viviane. **Trabalho em Publicidade e Propaganda: história, formação profissional, comunicação e imaginário**. São Paulo: Atlas, 2011.  
CORRÊA, Roberto. **Gestão da comunicação pelo anunciante**. São Paulo: Global, 2012.  
LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson, 2007  
MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários**. São Paulo: Futura, 2002.  
RIBEIRO, Julio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Atlas, 1989.  
SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 1981

**CRONOGRAMA**

Aula	CONTEÚDO/ATIVIDADES
01 a 03	Apresentação dos objetivos da disciplina, da relação da disciplina com a matriz curricular, bem como do plano de disciplina. Unidade I: Introdução ao atendimento e o contexto atual Unidade V: O atendimento e os desafios atuais Início do trabalho em grupo “O profissional de atendimento e o contexto contemporâneo”
04 a 08	Unidade II: As atividades do atendimento: o briefing O desenvolvimento do briefing: a preparação para a reunião com o cliente, a entrevista ao cliente, o relatório de visitas, o briefing escrito e o briefing oral Trabalho em grupo sobre os documentos desenvolvidos pelo profissional de atendimento
09	Unidade III: As atividades do atendimento: a apresentação da proposta de comunicação
10	Prova individual
11 e 12	Unidade IV: As atividades do atendimento: prospecção
13 e 14	Unidade V: O atendimento e os desafios atuais Apresentações do trabalho em grupo “O profissional de atendimento e o contexto contemporâneo”
15	Unidade V: O atendimento e os desafios atuais

Professora: Flávia Mayer dos Santos Souza – [flavia.mayer@uol.com.br](mailto:flavia.mayer@uol.com.br)