


Ficha 1 (permanente)

Disciplina: MARKETING POLÍTICO						Código: OC211	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa			(x) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: - NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
<p>EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>Aspectos conceituais sobre comunicação política e eleitoral. O marketing político e o marketing eleitoral: semelhanças e diferenças. Construção da imagem do partido e do candidato. O desafio de comunicar ideias. Estratégias e elementos de comunicação. Planejamento de campanha. Veículos e estratégias. Análise de casos.</p> <p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u> Assinatura:</p> 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus, 2004.
- ITEN, Marco; KOBAYASHI, Sergio. Eleição vença a sua! As boas técnicas do marketing político. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.
- KUNTZ, Ronald. Marketing político – manual de campanha eleitoral. 9^a.ed. São Paulo: Global, 2002.
- PANKE, Luciana. Discurso e propaganda eleitoral: conceitos e técnicas. Trabalho apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-3140-1.pdf>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FIGUEIREDO, Marcus; ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloisa e JORGE, Vladimir Lombardo. Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias: Uma Proposta Metodológica para o Estudo da Propaganda Política. In: FIGUEIREDO, Rubens (Org.). Marketing Político e Persuasão Eleitoral. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.
- GALICIA, Javier Sánchez (Coord) Comunicación política en Treinta claves para entender El poder. Léxico para La nueva comunicación política. México: 2010.
- KAID, Linda. Political advertising. In Handbook of Political Communication Research. Estados Unidos: Universidade da Flórida, 2004.
- PANKE, Luciana & CERVI, Emerson. Análise da Comunicação Eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos de HGPE. Revista Contemporânea. V. 9. Nº 3. 2011 (p. 390 a 403). Disponível em <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/5533>