



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input checked="" type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	---	-----------------------------------

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
COMN0092	Publicidade e Mídias Sociais	30	30	3	60	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

EMENTA

Especificidades da comunicação das marcas nas mídias sociais digitais. A identidade das marcas e sua linguagem nas mídias sociais. Estratégias de comunicação, novos formatos e engajamento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Redes e mídias sociais na internet
- Estratégias de comunicação para mídias sociais
- Cultura da convergência e cultura de fãs
- Cocriação de valor e cultura da participação
- Conteúdos virais na rede
- Marketing de conteúdo e publicidade

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BUENO, Wilson da Costa (org). Estratégias de comunicação nas mídias sociais. São Paulo: Manole, 2015.
RAMALHO, José Antônio. Mídias sociais na prática. São Paulo: Elsevier, 2010.
RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSAD, Nancy. Marketing de conteúdo. Como fazer sua empresa decolar no meio digital. São Paulo: Atlas, 2016.
XAVIER, Adilson. Storytelling: histórias que deixam marcas. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.
CASAS, Alexandre Luzzi. Cocriação de valor: conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. São Paulo: Atlas, 2014.
JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
MORAIS, Felipe. Planejamento estratégico digital. São Paulo: Saraiva, 2015.

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 08/11/2022

EMENTA Nº 1818/2022 - SEGEC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 08/11/2022 19:20)

MARCELO MACHADO MARTINS

COORDENADOR - TITULAR

CGCS (12.33.18)

Matrícula: 1508076

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
1818, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **08/11/2022** e o código de verificação: **92f8951516**