



Como Planejar e Executar uma Campanha de Propaganda¹

Marcelo Abílio Públio²

EDITORA

Editora Atlas

Rua Conselheiro Nébias, 1384 - Campos Elísios, CEP: 01203-904 - São Paulo

Fone: (11) 3357-9144 - Fax: (11) 3331-7830

Representante em Curitiba: Giovanni Tomelim - 3330-5030 - 3333-4163 - 8866-6785 -
giovani.tomelim@editora-atlas.com.br - Mal Floriano Peixoto, 1742 - Curitiba PR

e-mail: atendimento@editora-atlas.com.br

<http://www.editoraatlas.com.br>

RESUMO

O livro é dedicado à quem busca um roteiro lógico e estruturado para o desenvolvimento de um planejamento estratégico de comunicação. A obra é dividida em quatro partes. A Parte I indica a estrutura de um projeto e a linguagem a ser utilizada. A Parte II apresenta um modelo simplificado de interpretação do ambiente da organização, e uma análise Swot. A Parte III dedica-se ao plano de comunicação propriamente dito. Nele são indicados como definir objetivos e estratégias mercadológicas e de comunicação, além da sugestão de etapas para construção de uma campanha de comunicação: com criação, mídia e orçamentos. A última parte corresponde às dicas extras que explicam a função dos elementos teóricos de um projeto. Nesta parte há também um modelo de projeto de pesquisa para coleta de dados em fontes primárias, e indicações de fontes secundárias para coleta de dados. O livro possui 251 páginas, formato 17x24, preço de capa R\$ 52,00.

PALAVRAS-CHAVE

Propaganda e publicidade, planejamento estratégico de comunicação, comunicação integrada de marketing, planejamento de campanha.

¹ Publicação lançada no V Encontro de Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação - Publicom, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM 2009

² Marcelo Abílio Públio é natural de Sorocaba, interior de São Paulo. Graduado em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP), e apaixonado por planejamento estratégico. Depois de formado atuou como monitor de Projetos Experimentais na ESPM acompanhando professores orientadores e alunos no desenvolvimento de Projetos de Conclusão de Cursos. Enquanto monitor sintetizou um modelo de projeto para padronizar e facilitar a atuação de alunos e professores. Fez mestrado em Desenvolvimento Econômico pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) em Curitiba. Nesta cidade atua como professor na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e Faculdades Integradas do Brasil (UNIBRASIL) nos cursos de graduação e pós-graduação em Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Jornalismo, Administração e Turismo nas disciplinas de projeto experimental, criação, planejamento, marketing e pesquisa. Além disso, atua como consultor de planejamento estratégico de comunicação e criação publicitária em empresas de pequeno e médio porte e organizações da sociedade civil.



FOTO

