

Marcelo Abilio Públio

COMO PLANEJAR E EXECUTAR UMA

CAMPANHA

DE

PROPAGANDA

2ª Edição

atlas

Resumo de Como Planejar e Executar Uma Campanha de Propaganda

Esta obra é dedicada àqueles que buscam um roteiro lógico e estruturado para o desenvolvimento de um planejamento estratégico de comunicação. A ideia surgiu a partir da necessidade de unificar o discurso entre professores orientadores e consultores de comunicação além de alinhar os objetivos de um projeto experimental nos cursos de Comunicação Social.

A obra é dividida em quatro partes. A Parte I visa mostrar como deve ser a estrutura do projeto e a linguagem a ser utilizada. A Parte II procura apresentar um modelo simplificado de interpretação do ambiente da organização, e culmina com uma análise usada dos projetos que buscam identificar a situação da organização - a análise Swot.

A Parte III dedica-se ao plano de comunicação propriamente dito. Nele, devem ser 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.

Há também uma parte dedicada à verificação de resultados. A última parte corresponde às dicas extras que buscam explicar a função dos elementos teóricos de um projeto, pois estes não entram no corpo do mesmo, mas o permeiam o tempo todo.

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.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)