



**Ministério da Educação**  
**Universidade Federal da Paraíba**  
**Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes**  
**Departamento de Mídias Digitais**

**CONCURSO PÚBLICO PROFESSOR EFETIVO - MAGISTÉRIO SUPERIOR**  
**MARKETING DIGITAL E EMPREENDEDORISMO**

De acordo com: Lei No 8.112/1990; Lei No 12.772/2012, alterada pela Lei nº 12.863/2013; Decreto No 9.739/2019; Portaria MEC nº 243 de 03/03/2011; Resolução 02/2002 do CONSEPE/UFPB, com as alterações da Resolução 53/2007, Resolução 07/2017 do CONSEPE/UFPB e da Resolução 74/2013 do CONSEPE/UFPB.

<b>Departamento:</b> Departamento de Mídias Digitais	<b>E-mail do Depto:</b> demid@cchla.ufpb.br	
<b>Classe de Ingresso:</b> Classe A, com denominação de Professor Adjunto/Nível 1		
<b>Área de conhecimento:</b> Marketing Digital e Empreendedorismo	<b>Nº de Vagas:</b> 01	<b>Regime de Trabalho:</b> Dedicação Exclusiva
<b>Titulação exigida para o candidato, incluindo as áreas compatíveis, para comprovação no ato da posse:</b> Doutorado em Comunicação Social, ou Comunicação e Informação ou Marketing ou em cursos afins. Em adição, possuir mestrado em algumas das áreas anteriormente especificadas. Em adição, possuir Graduação em Comunicação Social (Jornalismo, Rádio e TV, Audiovisual, Cinema, Publicidade, Estudos de Mídia, ou Educomunicação ou Administração, ou Comunicação, ou Marketing Digital, ou cursos afins aos mencionados.		

<b>Da inscrição:</b> <b>Prazo de inscrição:</b> 03 de fevereiro à 04 de março de 2020. <b>Local:</b> Secretaria do Departamento de Mídias Digitais/CCHLA/Campus I <b>Horário:</b> de 14h às 19h
<b>Da solicitação de isenção da taxa de inscrição:</b> <b>Prazo:</b> de 03 à 07 de fevereiro de 2020 <b>Local:</b> Secretaria do Departamento de Mídias Digitais/CCHLA/Campus I <b>Horário:</b> de 14h às 19h
<b>Do resultado da solicitação de isenção:</b> <b>Prazo:</b> 10 de fevereiro de 2020

### **Ementa das disciplinas a serem utilizadas:**

#### **Gestão de Negócios em Tecnologias Digitais**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Haver integralizado 196 créditos

Ementa: Natureza da iniciativa empresarial. Oportunidades e riscos. Inovação e espírito empreendedor. Possibilidades de empreendimentos na área das mídias digitais. Decisões estratégicas e planos operacionais de bens e serviços. A autonomia do produtor de conteúdos. Criação de projetos e novos negócios em mídias digitais. Como abrir a sua própria empresa de produção em mídias digitais. Plano de negócios. Portfólio para apresentação da empresa. Público-alvo. Plano de mídia para divulgação da empresa. Perfil dos profissionais a contratar. Principais equipamentos e softwares. Investimentos necessários. Fontes de captação de recursos. Retorno do investimento.

#### **Mídias Digitais e Marketing Eletrônico**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Internet IV

Ementa: Marketing Eletrônico: conceitos básicos. Quantificando o mercado eletrônico. Exemplos. Quantificando acessos a um site. Diretrizes orientando o design de e-banners comerciais. Desenvolvimento de um plano de mídia on line. O Interactive Advertising Bureau. A padronização de tamanhos. Análise de cases de e-banners. Etapas do processo de criação de e-banners. Tecnologias de produção de e-banner. Editores de animação vetorial. Flash. Projeto de criação de e-banners.

#### **Marketing Eletrônico**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Internet IV e Infografia II

Ementa: Evolução e tipologia da publicidade na Internet: banners, pop-ups e demais modelos. Características da publicidade on line. Modalidades de Pay-per-view, Pay-per-click, Pay-per-sale. Criação, redação e design de peças publicitárias para a Web. Softwares de produção de peças publicitárias para mídias digitais.

#### **Novos Mercados em Mídias Digitais**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Não há

Ementa: Aquisição dos conhecimentos fundamentais para a compreensão do contexto global no qual as mídias digitais se desenvolvem atualmente. As novas tendências mercadológicas: análise do ambiente sócio-econômico das mídias digitais no mundo. Evolução do mercado. Abordagem comparativa das legislações de propriedade intelectual dos principais mercados internacionais.

#### **Economia das Indústrias Culturais**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Não há

Ementa: A cultura enquanto manifestação dos saberes, tradições, musicalidade e religiosidade dos povos. As indústrias culturais: evolução histórica e categorização. Principais fatores/drives influenciando e moldando as indústrias culturais. As dinâmicas envolvidas no processo de produção de bens culturais. Quantificando, do ponto de vista econômico, os mercados subjacentes às indústrias culturais. Tendências de evolução das indústrias culturais, a nível

local, nacional e internacional.

### **Aspectos Administrativos e Mercadológicos em Mídias Digitais**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Não há

Ementa: Identificação dos aspectos administrativos, financeiros e mercadológicos (AAFM) estratégicos para o sucesso de projetos, envolvendo a produção em mídias digitais.

Desenvolvimento de um framework, categorização e posicionamento dos AAFM estratégicos identificados. Identificação dos inter-relacionamentos dos aspectos e impactos (positivos e

### **Estatística Aplicada a Mídias Digitais**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Não há

Ementa: Princípios teórico-conceituais da estatística: terminologia, métodos, processos, técnicas e medidas estatísticas. Softwares aplicáveis à estatística. Uso da estatística como ferramenta auxiliar na execução de trabalhos e pesquisa sobre meios de Comunicação. Amostragem.

Estatísticas descritivas e teorema do limite central. Testes de hipótese (uni e bilaterais): formulação, intervalos de confiança. Regressões lineares. Coeficientes de correlação. Interpretação de resultados experimentais.

### **Gestão de Projetos em Mídias Digitais**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Haver integralizado 112 créditos

Ementa: Princípios e métodos de gestão de projetos aplicados às Mídias digitais. A equipe de projeto. Principais atores. Principais etapas da gestão de projetos: estudo de viabilidade (técnica, organizacional, financeira etc.), planificação, realização técnica, implantação e pós-avaliação.

Planificação estrutural, organizacional, operacional e financeira. Organograma de tarefas (WBS).

Encadeamento de tarefas (CPM). Estimativa dos custos, Métodos de equilíbrio de recursos. Direção e controle (desenvolvimento, custos e qualidade) do projeto. Os principais atividades de controle.

Gestão de alterações e da configuração. Ferramentas software para gestão de projetos.

### **Conteúdo Programático:**

- 1 Contemporaneidade, Cultura Digital e Marketing;
- 2 Search Marketing e Otimização;
- 3 Inovação e Empreendedorismo Digital;
- 4 Planejamento de Mídias Digitais;
- 5 Análise de Redes Sociais na Comunicação;
- 6 Métricas e Monitoramento em Comunicação Digital;
- 7 Marketing Digital, Design e Usabilidade;
- 8 Conteúdo para Inbound Marketing;
- 9 Comportamento do Consumidor de Conteúdo Digital;
- 10 Estratégias de Produção de Conteúdo para Mobile Marketing.

### **Softwares a serem utilizados na prova didático-prática:**

**Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop e Adobe Director.**

**Comissão Examinadora (membros titulares e suplentes):**

Informação será oportunizada no ato da inscrição

**Calendário de Provas (data provável):**

- 1) Realização da Prova Escrita: - **16/03/2020**
- 2) Realização da Prova Didática-Teórica: - **23 e 24/03/2020**
- 3) Realização da Prova Didática-Prática: **26/03/2020**
- 4) Exame do Plano de Trabalho: - **27/03/2020**
- 5) Exame de Títulos: - **27/03/2019**

**Prazo de Validade do Concurso:** 01(um) ano, contado a partir do dia subsequente à publicação do Edital de Homologação do resultado final, podendo ser prorrogado por igual período, a critério do órgão interessado no certame.