



COMUNICAÇÃO E MARKETING COMPARADOS: O CASO LUSO BRASILEIRO

O plano de ensino poderá sofrer alterações por parte do professor.

INSTITUTO BRASILEIRO
DE ENSINO,
DESENVOLVIMENTO E
PESQUISA

PROGRAMA DE
MESTRADO EM
COMUNICAÇÃO
DIGITAL

Carga Horária: 36h
Créditos: 02
Categoria: Optativa

Ementa

Este curso interdisciplinar explora as relações culturais, históricas, linguísticas e econômicas entre Brasil e Portugal, destacando o papel estratégico de Portugal como uma ponte vital para a Europa.

A primeira parte do curso abrange linguística, diplomacia e comunicação, proporcionando uma compreensão profunda das bases históricas e culturais que moldam as interações entre os dois países. As sessões incluem análises teóricas e aplicações práticas, incentivando os alunos a explorar como essas interligações moldam oportunidades em negócios, arte, comunicação e governança.

A segunda parte do curso foca no mercado e comportamento de consumo, com uma análise detalhada das semelhanças e diferenças no marketing entre Brasil e Portugal. Serão examinadas as estratégias de marketing digital, tendências de mercado e a história da indústria publicitária e de marketing em Portugal. Além disso, abordaremos o marketing político comparado, destacando as estratégias de campanhas políticas e suas adaptações a diferentes contextos culturais e sociais.

Ao final do curso, os alunos estarão equipados com as competências necessárias para navegar e influenciar ambientes profissionais e acadêmicos internacionais. Eles terão desenvolvido uma compreensão aprofundada das dinâmicas históricas e contemporâneas das relações luso-brasileiras, bem como das práticas de marketing e comportamento de consumo nos dois países, estando aptos a aplicar esse conhecimento em suas carreiras.

Objetivos de aprendizagem

- **Análise Histórica e Cultural:** Entender os eventos históricos chave que fundamentaram as relações entre Brasil e Portugal e como esses eventos continuam a influenciar as interações culturais contemporâneas.
- **Competências Linguísticas e Comunicativas:** Desenvolver habilidades avançadas no uso da língua portuguesa em diferentes contextos, realçando a capacidade de comunicação efetiva em ambientes internacionais.
- **Aplicação Prática em Negócios e Política:** Aplicar conhecimentos sobre a dinâmica econômica e política entre os países para analisar e propiciar oportunidades de negócios e colaborações culturais.

- Preparação para o Mercado Europeu: Capacitar os alunos com as ferramentas e conhecimentos necessários para utilizar Portugal como plataforma de entrada nos mercados europeus, explorando as complexidades regulatórias, culturais e econômicas da região.

Módulo I – Composto por um encontro remote e três presenciais

Tópicos

- INTRODUÇÃO ÀS RELAÇÕES LUSO-BRASILEIRAS
 - História Compartilhada;
 - Dinâmicas de Migração;
 - Consequências Culturais e Sociais.
- LINGUÍSTICA E CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE
 - Variedades do Português;
 - Linguagem e Identidade Cultural;
 - Linguagem e Profissionalismo.
- LITERATURA, MÍDIA E COMUNICAÇÃO
 - Interseções entre Literatura e Media;
 - Comunicação Digital e Intercâmbio Cultural;
 - Mídia como Facilitadora de Diálogo Cultural.
- SISTEMAS POLÍTICOS E DIPLOMACIA
 - Comparação dos Sistemas Políticos;
 - Influências Políticas nas Relações Externas;
 - Desafios Contemporâneos na Cooperação.

Leitura obrigatória

SCHWARCZ, Lilia Moritz; Starling, Heloisa Murgel. Brasil: uma biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

AZEVEDO, Milton M. "Português brasileiro: Formação e contrastes." São Paulo: Globo, 2005.

CASTELLS, Manuel. "O Poder da Comunicação." Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

COSTA PINTO, António. "Sistemas políticos comparados: Portugal e Brasil no contexto ocidental." Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2019.

Leitura recomendada

BOXER, Charles R. "O Império Marítimo Português 1415-1825". São Paulo: Companhia das Letras, 2002.



SCHWARCZ, Lilia Moritz. A Longa Viagem da Biblioteca dos Reis: do Terremoto de Lisboa à Independência do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2002

JUNIOR, Carlos Lima; Schwarcz, Lilia Moritz; Stumpf, Lúcia Klück. O Sequestro da Independência: Uma história da construção do mito do Sete de Setembro. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

CASTILHO, Ataliba T. de. "Nova gramática do português brasileiro." São Paulo: Contexto, 2010. TEYSSIER, Paul. "História da Língua Portuguesa." Lisboa: Sá da Costa, 1987.

CARVALHO, José Murilo de. A Construção da Ordem/Teatro de Sombras. Civilização Brasileira, 2003.

JENKINS, Henry. "Cultura da Convergência." São Paulo: Aleph, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. "Comunicação e Pesquisa: Projetos para Mestrado e Doutorado." Hacker Editores, 2001.

CRUZ, Manuel Braga da. "O Sistema Político Português: Século XXI." Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2017.

ALEXANDRINO, José Melo (Coord.). Estudos sobre o Constitucionalismo no Mundo de Língua Portuguesa: Vol. III – O sistema político no Brasil e em Portugal. Lisboa: AAFDL, 2020. ISBN 978- 972-629-537-2.

DOMINGUES, José; MONTEIRO, Manuel. "Sistemas Eleitorais e Democracia Representativa no Limiar do Constitucionalismo Português" Universidade Lusíada - Norte (Porto).

Módulo II – Composto por um encontro remoto e três presenciais

Tópicos

- **ECONOMIA E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E EM PORTUGAL**
 - A economia portuguesa
 - Portugal como Ponte Econômica
 - Empreendedorismo Transnacional
 - Estratégias de Negócios e Inovação.
- **MARKETING NO BRASIL E EM PORTUGAL**
 - Visão Global das Indústrias de Marketing
 - História da Indústria Publicitária e de Marketing em Portugal
 - Casos de Sucesso e Fracasso
 - Estratégias de Marketing Digital
 - Tendências de Mercado.
- **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS**
 - Padrões de Consumo
 - Influências Culturais e Sociais
 - Tecnologia e Consumo



- MARKETING POLÍTICO COMPARADO
 - Fundamentos do Marketing Político
 - História do Marketing Político em Brasil e Portugal
 - Estratégias de Campanha
 - Impacto das Redes Sociais e da Mídia Digital
 - Estudos de Caso
- DESAFIOS SOCIAIS E CONTEMPORÂNEOS
 - Desigualdade Social e Econômica
 - Migração e Políticas de Integração
 - Educação e Saúde Pública

Leitura obrigatória

OLIVEIRA, Tereza Cristina Nascimento. "Empreendedorismo Transnacional: O caso dos brasileiros em Portugal". Editora Universidade de Lisboa, 2018.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson, 2012.

SOLOMON, Michael R. Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo. Porto Alegre: Bookman, 2016

KOTLER, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.

CACCIOTTO, Marco; trad. José Serra; rev. Marcelino Amaral. Marketing político: como vencer eleições e governar - Lisboa: Actual, 2015.

COHN, Gabriel. Marketing Político: A arte e a técnica de bem comunicar idéias e propostas. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

BÓGUS, Lucia Maria Machado; YAZBEK, Maria Carmelita; WANDERLEY, Mariangela Belfiore (orgs.). Desigualdade e a Questão Social. São Paulo: Cortez Editora, 2006.

Leitura recomendada

SOUSA, Fernando de; Santos, Paula; Amorim, Paulo (Coords.). As relações Portugal-Brasil no século XX. 1.ª ed. Porto: Fronteira do Caos Editores Lda. e CEPESE, 2010. ISBN CEPESE: 978-989- 8434-01-2. ISBN Fronteira do Caos: 978-989-8070-56-2.

COSTA, José da Silva. "Economia Portuguesa: As últimas décadas." Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2013.

CERVO, Amado Luiz. "Inserção Internacional: Formação dos conceitos brasileiros." São Paulo: Saraiva, 2010.

PORTER, Michael E. "Competitive Advantage of Nations". New York: Free Press, 1990.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital. Trad. Augusto Pacheco Calil. São Paulo: Alta Books, 2017.



LINDSTROM, Martin. Brandwashed: Tricks Companies Use to Manipulate Our Minds and Persuade Us to Buy. Prólogo de Morgan Spurlock. New York: Crown Business, 2011.

CINTRA TORRES, Eduardo. História da Publicidade em Portugal – Com Estudo de Caso do Grupo CUF. 2

v. Alfragide: Príncípa Editora, 2023.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Pearson, 2010.

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

NEGRINE, Ralph; HOLTZ-BACHA, Christina; PAPATHANASSOPOULOS, Stylianos. The Professionalisation of Political Communication. Bristol: Intellect Books, 2007.

NIMMO, Dan D.; SANDERS, Keith R. Handbook of Political Communication. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1981.

NERI, Marcelo. "A Nova Classe Média: O lado brilhante da pirâmide." Rio de Janeiro: Saraiva, 2012.

BARTELT, Dawid Danilo (Org.). A 'Nova Classe Média' no Brasil como Conceito e Projeto Político. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013.