



**IPG** Politécnico  
|da|Guarda  
Polytechnic  
of Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em marketing

Márcio Helder Alves Teixeira

novembro | 2013



**ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E  
GESTÃO**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

**Márcio Helder Alves Teixeira**

**Relatório para a obtenção do grau de licenciado em  
Marketing**

**Novembro de 2013**

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar quero agradecer a Regiões TV por me ter disponibilizado a oportunidade de estágio e a toda a equipa de trabalho, em especial ao Sr. Nuno Teixeira (Diretor Operacional) e à equipa de redação.

De seguida agradeço à Escola Superior de Tecnologia e Gestão, do Instituto Politécnico da Guarda, pelo acompanhamento e profissionalismo.

À Professora orientadora Natália Gomes, ao Professor José Carlos Miranda, à Professora Ascensão Braga, pela disponibilidade, compreensão e grande apoio.

A todos os meus amigos e aos meus pais e a todos que diretamente e indiretamente contribuíram para a sua conclusão.

Obrigado!



## **Ficha de identificação**

<b>Nome</b>	Márcio Helder Alves Teixeira
<b>Curso</b>	Marketing
<b>Número</b>	9607
<b>Local de Estágio</b>	NEXTV- Televisão, Rádio e Multimédia SA
<b>Orientadora</b>	Professora Natália Gomes
<b>Supervisor</b>	Nuno Teixeira
<b>Duração do Estágio</b>	400 Horas
<b>Início do Estágio</b>	08/10/2012
<b>Final do Estágio</b>	22/12/2012

## **Plano de Estágio**

A conclusão da licenciatura em Marketing, do Instituto Politécnico da Guarda, compreende a realização de um estágio de 400 horas. Neste âmbito apresenta-se o estágio, correspondente ao presente relatório realizado na Regiões RTV.

O plano de estágio consistiu em:

- Participação, como administrador, em redes sociais;
- Desenvolvimento e criação de publicidades;
- Desenvolvimento e criação de conteúdos multimédia;
- Realização do plano de marketing da empresa.



## **Resumo do estágio**

A integração do aluno no contexto laboral permite que o mesmo se incorpore de forma mais fácil, através da realização de um estágio, nas empresas/organizações. Neste sentido, o presente relatório expõe o estágio desenvolvido na Regiões TV ao longo de três meses. Este estágio permitiu desenvolver inúmeras atividades no âmbito do marketing, nomeadamente nas redes sociais. A conclusão deste estágio fez perceber o quanto importante é este novo recurso para a comunicação da empresa.

**Palavra chaves:** marketing, comunicação, redes sociais

**JEL Classification:** M-31 Marketing



## Índice geral

Agradecimentos .....	ii
Ficha de identificação.....	iii
Plano de Estágio.....	iv
Resumo do estágio .....	v
<b>Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Identificação e características da empresa .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Organograma da empresa .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Características da Regiões TV .....</b>	<b>6</b>
1.3.1 Visão.....	7
1.3.2 Missão.....	7
1.3.3 Valores.....	7
1.3.4 Slogan .....	7
1.4 Análise SWOT .....	8
<b>2.1. Atividades desenvolvidas .....</b>	<b>9</b>
2.1.1 Redes sociais .....	9
2.2 Spots Publicitários.....	11
2.3 Plano de Marketing .....	14
2.4 Apresentação da RTV em Microsoft Office PowerPoint .....	15
2.5 CD Multimédia da RTV .....	16
<b>Conclusão .....</b>	<b>17</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>18</b>
<b>Lista de anexos em CD.....</b>	<b>19</b>

## Índice de figuras

Figura 1 - Imagem do mapa do Porto .....	2
Figura 2. Organograma da RTV .....	4
Figura 3. Análise SWOT .....	8
Figura 4 – Analise SWOT .....	8
Figura 5. Postal de Natal .....	12
Figura 6. Noites quentes - publicidade.....	12
Figura 7. 1º Banho do Ano .....	13
Figura 8. Proposta de plano de marketing .....	14
Figura 9. Apresentação da empresa- multimédia .....	15
Figura 10. Imagem da apresentação do CD multimédia RTV .....	16



## **Introdução**

O relatório de estágio, que tem como objetivo relatar o estágio curricular, foi elaborado no âmbito da conclusão da Licenciatura em Marketing, no Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio curricular permite aplicar os conhecimentos adquiridos durante a formação académica e aplicá-los de uma forma prática e técnica, em contexto laboral.

O presente relatório de estágio é composto por dois capítulos. No primeiro capítulo é elaborada uma descrição da entidade de estágio curricular, com uma explicação daquilo em que consiste a organização e funcionamento da empresa, qual o seu meio de atuação e quais os seus objetivos. O segundo capítulo apresenta os trabalhos e atividades desenvolvidas ao longo do mesmo, desde os trabalhos mais simples que passaram por atualizar as redes sociais associadas à empresa, até ao trabalhos em que tentei aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, nomeadamente conhecimentos de Marketing e conhecimentos de multimédia.

O estágio decorreu na empresa NEX-TV, mais especificamente no canal de televisão RegiõesTV, teve a duração de 400 horas, e decorreu entre 8 de Outubro de 2012 a 22 de Dezembro 2012.

# Capítulo I

## 1.1 Identificação e características da empresa

De modo a podermos perceber a que se dedica a empresa, na qual se realizou o estágio, segue-se uma apresentação com a identificação, as características da mesma e a sua localização, figura 1.

NEXTV- Televisão, Rádio e Multimédia SA .

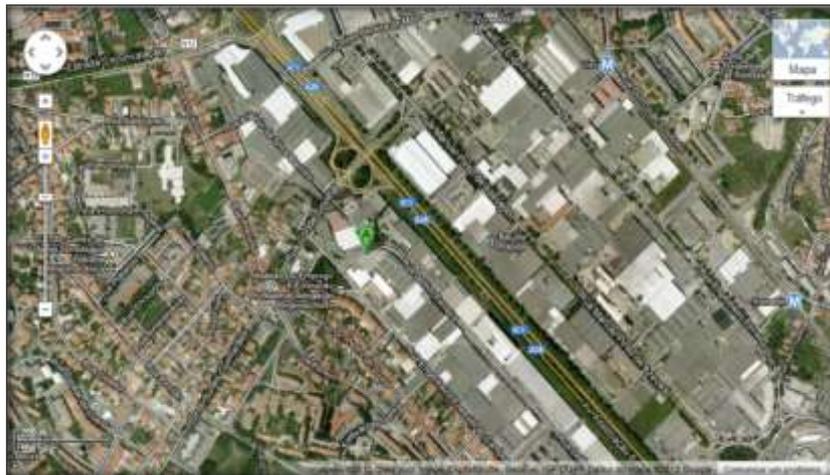
Rua Delfim Ferreira, 780

Pavilhão B

4100-201 – PORTO

Email: [geral@rtv.com.pt](mailto:geral@rtv.com.pt)

Telf: +351 220 315 500



**Figura 1 - Imagem do mapa do Porto**

*Fonte:* <https://maps.google.pt/maps?q=Rua+Delfim+Ferreira>

**NEXTV – SA.** Produtora de conteúdos televisivos e em todas as vertentes do audiovisual. Para além da produção de conteúdos para os seus canais, impulsionada pelos avanços das novas tecnologias e seu permanente acompanhamento, visando também a Televisão Digital Terrestre, poderá co-produzir para outros canais televisivos e toda a área cinematográfica.



Dispondo de todos os meios necessários, é também uma empresa que disponibiliza os seus Estúdios a outras produtoras e agências, uma vez que possui os mais avançados meios técnicos e humanos necessários para trabalhos na área do audiovisual.

A **NEXTV – SA** é detentora de dois canais de televisão:

- **MVM TV** – Canal de música, vídeo e moda, nas grelhas dos operadores:

ZON – TV CABO - Posição 79

CABOVISÃO - Posição 12

- **RTV - Regiões TV** – Canal Generalista de cariz nacional, nas grelhas dos operadores:

ZON – TV CABO - Posição 193

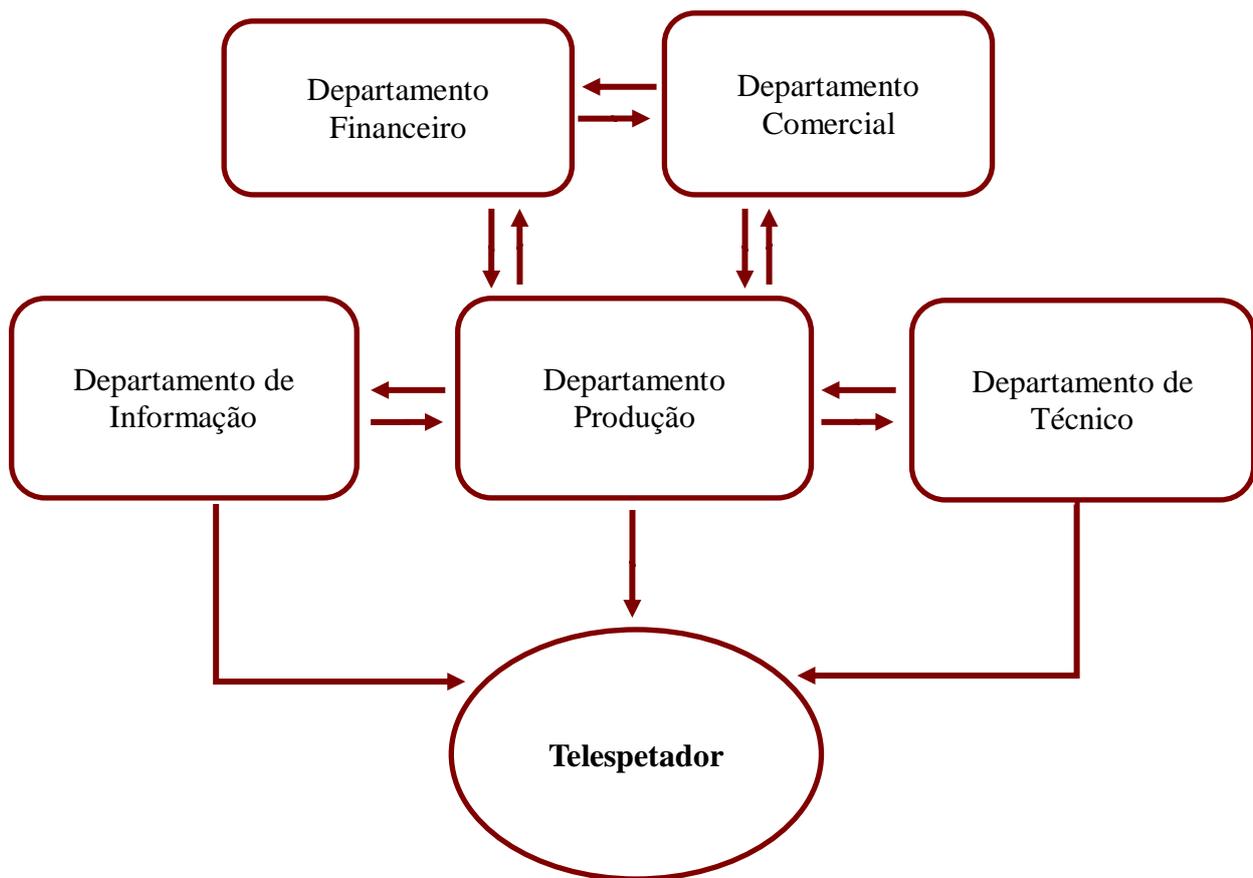
CABOVISÃO - Posição 19

**ACCIONISTAS:** **NEXTV – SA**, através da TVTEL - SGPS, conjuntamente com a COFIHOLD.

**ADMINISTRAÇÃO:** Paulo Pereira e Martins De Sousa são os atuais administradores executivos da **NEXTV – SA**.

## 1.2 Organograma da empresa

De forma a apresentar a organização da empresa de maneira simples e esquemática, segue-se um organograma onde constam os vários departamentos que a constituem, como podemos observar na figura 2.



**Figura 2. Organograma da RTV**

*Fonte: Elaboração própria*

Ora, se por um lado o departamento financeiro se encarrega da gestão de fundos, já o departamento comercial trata de encontrar novas parcerias, nomeadamente patrocínios para o desenvolvimento de novos projetos, cuja aplicação financeira resultará em novos programas ou na sustentabilidade dos programas já existentes.

Os departamentos de produção e informação estão diretamente interligados, existindo entre ambos um vínculo estreito, consistindo as suas tarefas na discussão dos projetos, nomeadamente na avaliação de ideias, pesquisa, exploração das melhores formas de levar a cabo esses novos projetos. É aqui que se encontram os sectores de produção, cenografia, guarda-roupa, entre outros, estes levados a cabo pelo departamento de produção, ao passo que a procura inicial fica a cargo do sector de informação.

Por último, o departamento técnico compreende, naturalmente, a secção de informática, bem como toda a parte de luz e som, intimamente ligado também com o sector de produção.

Com a junção de esforços resultam os programas que vão para o ar, sendo que todos os papéis são importantes, até chegar ao telespetador.



### 1.3 Características da Regiões TV

Regiões Televisão é um canal de abrangência nacional, constituído por uma grelha diversificada e direcionada para todo o grande público, como se pode constatar no site do canal ([www.rtv.com.pt](http://www.rtv.com.pt)).

Da sua grelha de programação diária, facilmente se depreenderá a importância dada a nível das Regiões, da discussão da Política Pública Nacional e Internacional, debates sobre várias temáticas, Saúde, Ensino, História, Turismo, Usos e costumes Regionais, Cultura, Informação, Arte, Música, Gastronomia, Entretenimento, Equitação e Desporto com especial relevo para as modalidades amadoras, desporto escolar e associativo.

O serviço prestado pela RTV é designado por um serviço de componente intangível, dirigido para a mente das pessoas, não palpável, sendo um serviço de comunicação e entretenimento, baseado na grande informação.

A nível da intensidade de informação e interatividade com o público, a RTV usa os seguintes canais para a sua divulgação:

- O próprio canal televisivo (canal 193 da ZON | canal 19 da Cabovisão);
- O seu website (<http://www.rtv.com.pt/>) com transmissão em direto, em livestream;
- No Facebook (Regiões televisão e Regiões TV);
- No canal do Youtube (<http://www.youtube.com/user/regioestv>);
- No Jornal Audiência.



### **1.3.1 Visão<sup>1</sup>**

“Ser uma televisão conhecida e reconhecida pela irreverência e fiabilidade da informação, estando sempre consigo onde quer que seja.”

A proximidade com o público-alvo será o elemento que marca a diferença nos conteúdos transmitidos, com uma vertente marcadamente regionalista, primando por transmitir os conteúdos mais atuais e mais próximos dos telespectadores. Com projetos inovadores e na vanguarda da tecnologia, visa aproveitar os recursos mais avançados, deixando-os ao dispor dos que assistem aos seus programas, com vista a alcançar um público alargado e diversificado.

### **1.3.2 Missão**

Ser reconhecida como a televisão que lhe traz a melhor informação da sua região, país e mundo, criando um país por inteiro.

A Regiões TV pretende ser a televisão que noticia aquilo que interessa a cada espectador, procurando ser a fonte de informação do meio envolvente de cada um.

### **1.3.3 Valores**

A Regiões TV acredita que a sua programação, o profissionalismo e o trabalho em equipa se fundem criando uma televisão a pensar em si.

Mais que isso, procura transmitir aquilo que de mais relevante acontece, tendo sempre presente o rigor jornalístico e a coerência informativa.

### **1.3.4 Slogan**

RTV, Portugal por inteiro.

---

<sup>1</sup> Estes conteúdos foram desenvolvidos pelo estagiário. Uma vez que a empresa não tinha definido os mesmos.

## 1.4 Análise SWOT

	<p><b>PONTOS FORTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projeto com características inovadoras ao nível do alinhamento da emissão.</li> <li>- Profissionais de elevada experiência no ramo da televisão nos quadros da RTV.</li> <li>- Profissionalismo e espírito de equipa.</li> </ul>	<p><b>PONTOS FRACOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Orçamento limitado.</li> <li>- Reduzidos estudos de mercado.</li> <li>- Poucos investimentos em publicidade.</li> <li>- Dependência à zon e Cabovisão</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado em grande expansão.</li> <li>- Crescente interesse da população pela cultura, desporto e notícias da sua região.</li> <li>- Marketing 3.0 com forte crescimento e utilização.</li> </ul>	<p><b>SUGESTÕES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manter a aposta nos projetos inovadores.</li> <li>- Reforçar a diversificação das redes sociais “Youtube, facebook, twitter”.</li> <li>- Melhorar e atualizar o site informático.</li> <li>- Redimensionar a publicidade do canal consoante o seu público-alvo “direcionada para a região e a facha etária dessa mesma população.</li> </ul>	<p><b>SUGESTÕES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Parcerias com empresas público-privadas.</li> <li>- Utilização de spots publicitários nas viaturas do canal, ou mesmo dos funcionários.</li> <li>- Penetrar na MEO, com o canal.</li> <li>- Tentar reduzir a posição do canal ZON, para um número mais reduzido.</li> </ul>
<p><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevados números de concorrentes.</li> <li>- Elevados números de programas idênticos.</li> <li>- Crise Financeira Nacional.</li> </ul>	<p><b>SUGESTÕES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuar aposta na televisão online no site próprio.</li> <li>- Novas parcerias com as camaras de grande atuação RTV.</li> </ul>	<p><b>SUGESTÕES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realização de programas que valorizem a tradição e os artistas da região.</li> <li>- Aumentar o número de patrocinadores e de empresas que estejam interessadas em que lhes seja feita publicidade.</li> </ul>

**Figura 3. Análise SWOT**

*Fonte: Elaboração própria*

## Capítulo II

### **2.1. Atividades desenvolvidas**

As atividades desenvolvidas durante o período de estágio curricular foram essencialmente desenvolver e trabalhar as redes sociais, estas com uma grande importância, também a criação de spots publicitários e desenvolvimento de um plano de marketing e de formas de apresentação e divulgação do canal, nomeadamente através do CD multimédia e do PowerPoint de apresentação da empresa.

#### **2.1.1 Redes sociais**

As atividades que me pediram para desenvolver, em especial o meu coordenador de estágio, Sr. Nuno Teixeira, diretor operacional, que me acompanhou mais de perto, passaram inicialmente por ficar encarregue de atualizar e explorar as redes sociais Facebook e Youtube, para desta forma ter uma noção mais precisa do funcionamento das coisas, para mais tarde, com conhecimentos mais precisos, elaborar um plano de Marketing durante o estágio adequado à Regiões TV.

A administração da página do Facebook foi um trabalho contínuo durante todo o período de estágio, sendo que era executado por mim nos sete dias da semana. Independentemente do restante trabalho que podia fazer durante o dia, esta seria sempre prioritário. Este trabalho consistia em publicar e partilhar a programação diária do que ia passar no canal, através deste novo meio social de comunicação. A ideia base era a de utilizar este recurso para impulsionar a divulgação da RTV a um maior número de pessoas.

Para além da divulgação do Regiões TV, outro dos objetivos era o de poder comunicar em tempo real com as pessoas, que têm interesse com este canal, responder às suas perguntas ou dúvidas, ideias e sugestões. Como sabemos, são inúmeras as pessoas que hoje em dia tentam comunicar com as empresas através do chat do Facebook ou do

sistema de mensagens privadas. Neste sentido, muitos eram aqueles que apresentavam através do Facebook, propostas de programas que pretendiam desenvolver a Regiões TV.

A atualização do Facebook, também tinha um outro interesse para a Regiões TV, uma vez que se utilizava este recurso para colocar em *livestream* as transmissões em direto dos seus programas, permitindo um meio divulgação fácil. É de salientar que durante o período de estágio o número de espectadores das emissões em *livestream* aumentou consideravelmente.

Como anteriormente referido, para além de utilizar o Facebook, para a comunicação da empresa com os seus telespectadores, também se utilizou o YouTube. O processo de colocação de vídeos no Youtube era precedido de:

- Inicialmente descarregava os programas semanais e o Jornal Regional do dia anterior, que se encontravam na rede da RTV;
- Depois convertia os vídeos para o formato FLV, para assim poder reduzir o tamanho dos ficheiros, e ser mais ágil a sua publicação nas redes sociais. Este trabalho, embora simples, era necessário e demorado.
- Após converter os conteúdos neste novo formato, partilhava a ligação com a página de Facebook da RegiõesTV e colocava os mesmos no Youtube com o objetivo de tentar atingir uma maior divulgação.

Durante este tempo o gráfico das estatísticas de visitas da página da RTV, obteve um aumento significativo, tendo sido isto salientado pelos diretores da administração. Este aumento deveu-se em grande parte, à interatividade constante e diária, realizada pelo estagiário. O objetivo era o de apresentar de forma apelativa tudo que o canal produzia e demonstrava na televisão por cabo, de uma forma diferente para os telespetadores “utilizadores do facebook.

No âmbito do estágio, também realizei ainda algumas campanhas publicitárias de novos programas para colocar nas redes sociais, um dos programas foi “SUNDAY NIGHT LIVE”: Para este programa foi criada uma página de facebook para que assim os seus

telespectadores pudessem acompanhar e comentar o programa. Este era um dos únicos programas gravado em direto e com plateia no próprio espaço, era um programa do género a Herman José na SIC, ou 5 para a meia-noite da RTP.

O estagiário também participou na proposta de um novo nome de programa. Para tal, sugeriu colocar ao público das redes sociais a sua participação indicando qual seria o nome preferido pelos utilizadores. No final o nome escolhido foi o RIRticências, este era apresentado pelo Miguel Ribeiro. Este foi um dos trabalhos desenvolvidos durante o período de estágio mais interessante pois deu para criar uma interação positiva com o público.

## 2.2 Spots Publicitários

No que diz respeito à publicidade, a RegiõesTV tem algumas falhas e défice de publicidade. Não tinha muitas publicidades no canal a circular, mas a produção de publicidades para clientes mais específicos originava um valor financeiro considerável para a empresa.

Uma vez que os elementos do departamento técnico e departamento de produção em grande parte pertencem à Regiões TV e não à MVM, havia por vezes trabalhos da NexTV que eram desenvolvidos pela Regiões TV. Neste contexto, tive a oportunidade de fazer parte do planeamento e produção de um spot publicitário para o Jornal Audiência, figura 4.



Figura 4. Imagem da publicidade do Jornal Audiência

*Fonte: Elaboração própria*

Ainda no campo da publicidade, criei um postal de Natal para a RegiõesTV que serviu para desejar as Boas Festas aos seus espectadores, figura 6.



**Figura 5. Postal de Natal**

*Fonte: Elaboração própria*

Fiquei também encarregue de publicitar um novo programa que estreou durante o período do meu estágio, um programa para maiores de 18 anos. Tratando-se de um programa para maiores de 18, tentei criar algum suspense e deixar o público curioso até publicar definitivamente a novidade na programação, como podemos verificar na figura 6.

<i>1º mês antes de estrear o programa</i>	<i>1º dia e dias seguinte à estreia do programa</i>
	

**Figura 6. Noites quentes - publicidade**

*Fonte: Elaboração própria*

Por último, tratei também da publicidade alusiva ao evento patrocinado pela RegiõesTV “1º banho do ano”, que consistiu na divulgação de uma tradição antiga da região que a RegiõesTV decidiu apoiar e transmitir no ano de 2013, figura 7.



**Figura 7. 1º Banho do Ano**

*Fonte: Elaboração própria*

## 2.3 Plano de Marketing<sup>2</sup>

A elaboração do plano de marketing foi uma ideia para ir desenvolvendo durante o período de estágio, este não foi concluído devido ao limite de tempo de duração do estágio curricular. Durante este período, de estágio, pretendia conseguir ter um maior conhecimento e percepção da empresa, do seu meio, bem como as técnicas utilizadas, a sua organização e gestão dos seus recursos, para poder realizar o plano e posteriormente apresentá-lo aos diretores, para que assim estes pudessem ter uma visão mais clara do negócio.

Infelizmente, a elaboração deste trabalho, figura 8, não foi atribuída grande importância por parte da RegiõesTV. Houve momentos em que ia fazendo certas perguntas acerca de capitais, de entradas e saídas de dinheiro e não me era respondido, sendo que isto é uma parte muito importante para se saber aquilo em que se deve apostar, os custos que podem ser reduzidos, sendo algo que altera muito os fatores decisivos.



Figura 8. Proposta de plano de marketing

*Fonte: Elaboração própria*

<sup>2</sup> O plano de Marketing é apresentado no CD.

Assim, o plano de Marketing foi desenvolvido de uma forma simples e reduzida, com algumas limitações. Tentei focar-me nas teorias e no conhecimento adquirido durante o curso e expor essas mesmas teorias de uma forma prática e simples, direcionada para aquilo que na minha opinião era o mais adequado para a empresa e para o seu meio envolvente. Deste trabalho surgiu a primeira parte deste mesmo relatório, pois a RTV apenas tinha o slogan e em nada mais tinham pensado<sup>3</sup>.

## 2.4 Apresentação da RTV em Microsoft Office PowerPoint

A apresentação em Microsoft Office PowerPoint foi-me pedida pelo diretor Comercial, que ia ter uma reunião para um possível novo patrocinador, (nessa mesma tarde, em Lisboa) e pretendia levar consigo uma breve apresentação do que era a empresa. Esta, sendo uma empresa de comunicação não possuía qualquer ferramenta de ajuda para uma melhor demonstração numa reunião.

Esta tarefa foi de fácil elaboração e foi o possível para aquele mesmo dia, pois, como já referido anteriormente, na elaboração do plano de marketing já constavam os elementos que devem constar numa apresentação deste género, o que me permitiu fazê-la num curto espaço de tempo.



Figura 9. Apresentação da empresa- multimédia

*Fonte: Elaboração própria*

<sup>3</sup> *Hiperligação para o plano de marketing da RTV em anexo – anexo 1.*

## 2.5 CD Multimédia da RTV

A elaboração do CD multimédia surgiu numa conversa com o diretor operacional, Sr. Nuno Teixeira, acerca da melhor forma de fazer chegar a apresentação da Regiões TV ao Dubai, pois estavam em negociações com um novo patrocinador. Demostrei-lhe a ferramenta do Adobe Director, que permite fazer apresentações e executá-las automaticamente num cd executável.

Este foi um trabalho gratificante, pois conteve elogios e o negócio com o patrocinador foi fechado no dia em que o cd chegou por correio ao Dubai.



Figura 10. Imagem da apresentação do CD multimédia RTV

*Fonte: Elaboração própria*

## Conclusão

O estágio curricular que realizei na RTV foi, antes de mais, uma atividade de grande enriquecimento pessoal, a qual acredito que tenha sido uma alavanca para impulsionar o que irei desempenhar no futuro. Foi mais uma prova do gosto pessoal que sinto pelas áreas ligadas à multimédia e tecnologias, preferencialmente interligadas com a área do Marketing.

No decorrer do estágio, foi interessante verificar a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura. Muito embora não existisse um departamento de Marketing com autonomia na empresa onde o estágio decorreu, foi interessante a interação com as várias áreas de atuação da RTV. Desempenhei desde as funções mais simples, mas não menos importantes, como as redes sociais, até às mais embrionárias, como a criação do Plano de Marketing. De facto, pude constatar que todas as tarefas são importantes para chegar ao produto final, da mesma forma que verifiquei que os conhecimentos transmitidos nas aulas têm de facto aplicação prática.

Foi muito gratificante perceber que o trabalho que desenvolvi foi apreciado e muito importante o apoio que senti por parte de todos os profissionais da RTV. O ambiente de interajuda foi um traço marcante do período de estágio e percebi a grande importância de um bom ambiente na realização de um bom trabalho, assim como a grande importância da responsabilidade e empenho no trabalho.

Foi a primeira aproximação que tive ao mercado de trabalho e tive a sorte e oportunidade de incidir sobre as áreas da minha preferência.



## Bibliografia

(2012). Obtido em 05 de 08 de 2013, de Marketing Portugal:  
<https://www.facebook.com/marketingportugal>

Adolpho, C. (2011). *Os 8 Ps do Marketing Digital*. Novatec.

Fernandes, T. m. (2012). <http://www.marketingportugal.pt/artigos/tag/marketing>.  
Obtido em 05 de 08 de 2013, de Marketing Portugal:  
<http://www.marketingportugal.pt/artigos/tag/marketing>

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., & Rodrigues, P. D. (2011). *Mercator XXI*.

Morgado, F. (2012). *Marketing*. Obtido em 05 de 08 de 2013, de  
<http://fernandomorgado.com.br/marketing-televisivo-a-identidade-como-valor-estrategico/>



## **Lista de anexos em CD**

**Anexo 1** – Plano de Marketing RegiõesTV

**Anexo 2** - Apresentação da RTV em Microsoft Office PowerPoint

**Anexo 3** – CD Multimédia da RegiõesTV