



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2011
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO (400)
Disciplina	2065 - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL/J
Turma	JOM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária:	102
C. Horár. Ext.:	0

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Formas de Comunicação nas organizações. Comunicação e marketing nas áreas associativa, administração pública e privada. Testes dos sistemas de comunicação. Roteiro de plano de comunicação.

I. Objetivos

Promover a reflexão sobre a importância de uma política de comunicação dentro das organizações; sobre o papel do novo gestor de processos de comunicação; e das questões éticas e de responsabilidade social com as quais os profissionais de comunicações estarão diretamente envolvidos.

II. Programa

Comunicação Organizacional x Comunicação Empresarial
Comunicação Interna e Cultura Organizacional
Principais instrumentos da comunicação das organizações
Gestores de processos comunicacionais
Comunicação ética e responsabilidade social
Comunicação Integrada e Comunicação Estratégica
O marketing e a comunicação:
1. nas organizações privadas
2. nas organizações públicas
3. nas áreas associativas.
O Planejamento Estratégico de Comunicação
Roteiro de plano de comunicação

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas dialogadas com uso de quadro e giz, datashow, exibição de vídeos, uso de artigos de periódicos e capítulos de livros.

IV. Formas de Avaliação

Individual e em grupo, provas escritas e/ou orais, apresentação de seminários e trabalhos.

V. Bibliografia

Básica

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica. São Paulo: All Print, 2005.
DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia Teoria e Técnica. SP: Atlas, 2002, p.189-204.
KELLER, Kátia. Comunicação Organizacional, sobrevivência empresarial. São Paulo: Editora Olho d'água, 2006.
KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e relações Públicas. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Thomson, 2004.

Complementar

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa. Barueri, SP: Manole, 2003.
BRANDÃO, Elisabeth; CARVALHO, Bruno. Imagem Corporativa: Marketing da Ilusão. In:
GIL, Antonio Carlos. Como elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.
LOPES, Boanerges. O que é Assessoria de Imprensa. São Paulo: Brasiliense, 2003 (3ª edição_Coleção Primeiros Passos).
PALMA, Jaurês. Jornalismo Empresarial. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1994.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Jornalismo Empresarial. São Paulo: Summus Editorial, 1984.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional. São Paulo: Summus, 1986.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 002/2011
Data: 14/02/2011