



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	1085 - ASSESSORIA INSTITUCIONAL (OPT)
Turma	JOM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária:	68
C. Horár. Ext.:	0

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Técnica e teoria do desenvolvimento de pesquisa e planejamento de comunicação dirigida a instituições sem fins lucrativos.

I. Objetivos

Promover a reflexão sobre o trabalho desenvolvido pelas assessorias e a importância de propor ações planejadas que promovam estrategicamente, de forma positiva, a imagem e a reputação de uma empresa, pública ou privada, com ou sem fins lucrativos. Discutir o papel do jornalista como formador e disseminador de opinião. Debater a assessoria como ferramenta de bom relacionamento entre a empresa, representada pelo jornalista, e a imprensa.

II. Programa

O que é assessoria institucional
Características da assessoria institucional
A importância da imprensa na formação da imagem institucional de organizações
Função da comunicação em instituições sem fins lucrativos
Comunicação governamental e assessoria de imprensa
Planejamento de Comunicação
Estratégias de comunicação com a mídia
Como analisar resultados

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, trabalhos e desenvolvimento de planejamento estratégico de uma empresa.

V. Bibliografia

Básica

BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training: como usar a mídia a seu favor. São Paulo: Saraiva, 2008.
CARVALHO, Cláudia; REIS, Léa Maria Aarão. Manual Prático de Assessoria de Imprensa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
CHINEM, Rivaldo. Assessoria de Imprensa: como fazer. São Paulo: Summus, 2003.
DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia Teoria e Técnica. SP: Atlas, 2002, p.189-204.
PINHO, José Benedito. Propaganda Institucional: usos e funções de propaganda e relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Thomson, 2004.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional. São Paulo: Summus, 1986.

Complementar

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica. São Paulo: All Print, 2005.
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.
GOMES, Neusa Demartini. Formas persuasivas de comunicações: propaganda, política e publicidade eleitoral. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
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.
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.

APROVAÇÃO

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



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	1085 - ASSESSORIA INSTITUCIONAL (OPT)
Turma	JOM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária:	68
C. Horár. Ext.:	0

PLANO DE ENSINO

Data: 14/02/2011