



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1105100 - COMUNICAÇÃO INTEGRADA/PP	Carga Horária: 68
Turma	PPM-R	
Local	SANTA CRUZ	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Apresentação dos conceitos de comunicação integrada. Estudo do processo de desenvolvimento de identidade corporativa. Análise das estratégias de publicidade, relações públicas e jornalismo.

I. Objetivos

Possibilitar a compreensão sobre a comunicação integrada e os processos comunicativos nas organizações; Ampliar os conhecimentos e pensamento crítico acerca da comunicação integrada; Estimular a capacidade teórico-analítica para avaliar e propor estruturas e políticas de comunicação interna e externa de organizações; Apresentar e analisar os novos contextos e os desafios do trabalho de comunicação integrada no cenário contemporâneo.

II. Programa

1. Comunicação organizacional
 - 1.1 História e início das atividades de comunicação organizacional
 - 1.2 As características e definições da Comunicação Organizacional
 - 1.3 Relações Públicas, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Mídias Sociais na Comunicação organizacional
 - 1.4 Imagem e cultura organizacional
 - 1.5 Responsabilidade social
2. Comunicação Integrada
 - 2.1 Conceitos e definições de Comunicação Integrada
 - 2.2 Papel da publicidade na Comunicação Integrada
 - 2.3 Comunicação Interna
 - 2.4 Comunicação Externa
 - 2.5 Comunicação no terceiro setor
3. Dia a dia da Comunicação Integrada
 - 3.1 Planejamento integrado de comunicação
 - 3.2 Gestão integrada de comunicação
 - 3.3 Produção de conteúdos para mídias digitais
 - 3.4 Análise de cases
4. Modelos de negócio
 - 4.1 Modelos e tendências de Assessoria de Imprensa
 - 4.2 Modelos e tendências de Assessoria de RP
 - 4.3 Modelos e tendências de Assessoria de Marketing e Promoção
 - 4.4 Modelos e tendências de Comunicação institucional/ Estratégias de Marketing
5. Estudos de caso e estudos dirigidos em comunicação integrada
6. Elaboração de projeto de comunicação Integrada

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas, análises de casos e estudos dirigidos, com discussão de módulos temáticos acerca dos conteúdos trabalhados. Elaboração de projeto de comunicação Integrada. Serão utilizadas plataformas digitais de apoio como Google Classroom e Moodle.

IV. Formas de Avaliação

Trabalhos teóricos de pesquisa bibliográfica e trabalhos práticos, análises de casos e discussões presenciais com as temáticas trabalhadas na disciplina. Além disso, será atribuído um conceito de participação nas aulas, a ser contabilizado em conjunto com as notas das atividades, ao final dos dois semestres.

1. Empenho e compreensão do conteúdo (10)
-)
2. Avaliações e trabalhos (30)
-)
3. Estudos dirigidos (20)
-)
4. Trabalho final (40)
-)

Serão realizadas no final de cada semestre atividades avaliativas e pedagógicas para possível recuperação de desempenho discente, por meio de mecanismos planejados para tal finalidade.

Ano	2026	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1105100 - COMUNICAÇÃO INTEGRADA/PP	Carga Horária: 68
Turma	PPM-R	
Local	SANTA CRUZ	

PLANO DE ENSINO

V. Bibliografia

Básica

BUENO, Wilson da Costa.- Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa – São Paulo: Manole, 2002.
TORQUATO, Gaudêncio – Tratado de Comunicação Organizacional e Política - S.Paulo. Thomsom, 2002.
KUNSCH, Margarida M. K. – Planejamento das Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003. Edição Nova.
CURVELLO, João J. A. – Comunicação Interna e Cultura Organizacional – São Paulo: Scortecci, 2002
DUARTE, Jorge (organizador) – Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2002.
KOTLER, Philip. Marketing 4.0. São Paulo: Ed. SEXTANTE, 2017.
NEVES, Roberto de Castro – Crises empresariais com a opinião pública - Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Complementar

FIGUEIREDO, Rubens & NASSAR, Paulo. O que é comunicação empresarial. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1995.
FRANÇA, Fábio e FREITAS, Sidinéia G. – Manual da Qualidade em Projetos de Comunicação. São Paulo: Thomsom Pioneira, 2000.
FREITAS, Maria Ester de - Cultura Organizacional - formação, tipologias e impacto. São Paulo: Makron, McGraw Hill, 1991.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing, 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 05/2026
Data: 11/03/2026