UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2023**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**JORNALISMO (450)**
Disciplina	**3347 - ASSESSORIA DE COMUNICACAO**
Turma	**JOR**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **102**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Surgimento e influências das Assessorias de Comunicação públicas e privadas. Interfaces entre as funções de Publicidade e Propaganda, Marketing, Relações Públicas e Jornalismo nas Assessorias de Comunicação. Produtos e serviços contemporâneos de Assessorias de Imprensa. Fundamentos de Comunicação Organizacional. Gerenciamento de crise. Planejamento de Comunicação: públicos-alvo, ruídos e soluções integradas. Modelos de planos de Assessorias de Comunicação para organizações ou personalidades.

I. Objetivos

Apresentar conceitos teóricos e técnicos da rotina profissional da assessoria de comunicação.
Compreender relações de poder e interesses da profissão, bem como as consequências deste trabalho na sociedade.
Compreender sobre a gestão de conflitos e crises.
Apresentar relatos de experiência e cases de sucesso de assessorias de comunicação.
Destacar as funções e diferenças entre a Assessoria pública, privada ou de instituições.
Realizar trabalhos práticos e sociais voltados à assessoria de comunicação.

II. Programa

Mídia, sociedade e as relações públicas
1.1Necessidade da informação na sociedade;
1.2História das assessorias de imprensa e do trabalho dos relações públicas.
1.3Modelos de assessoria de imprensa;
1.4Correntes teóricas que defendem e criticam as assessorias;
1.5Assessoria de comunicação ou de imprensa?
1.6O papel do assessor para a sociedade;
1.7Construção de uma realidade única: o dia a dia da assessoria.
2.O trabalho do assessor de comunicação
2.1Relacionamento com seu cliente;
2.2Relacionamento com a mídia;
2.3Relacionamento com o público;
2.4Fontes para conteúdo;
2.5Ética do trabalho em assessoria;
2.6Cases de assessores de sucesso;
2.7Agências de notícia;
2.8Comunicação integrada;
2.9Comunicação pública;
2.10Comunicação empresarial;
2.11Comunicação de instituições;
3.O trabalho em assessoria de comunicação
3.1Release
3.2Mídia training
3.3Gerenciamento de crise;
3.4Eventos
3.5Press kit, mala direta, compras de espaços publicitários;
3.6Tecnologias da Informação e Comunicação
3.7Facebook e redes sociais no trabalho dos assessores
3.8Interação com usuário
4.Pesquisa em assessoria de comunicação
4.1Pesquisas históricas sobre assessoria de imprensa/comunicação
4.2Autores e encaminhamentos de pesquisa
4.3Projeto de pesquisa
5. Produção de projeto de assessoria de comunicação

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas, junto com pesquisa bibliográfica e leitura complementar supervisionadas pela docente. Apresentação de seminários. Prática em laboratório para colocar em prática o conteúdo apresentado. Análise de cases de sucesso para compreensão da profissão. Elaboração de um projeto de assessoria de comunicação voltado a uma instituição pública ou privada, de acordo com a preferência do aluno.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2023**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**JORNALISMO (450)**
Disciplina	**3347 - ASSESSORIA DE COMUNICACAO**
Turma	**JOR**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **102**

PLANO DE ENSINO

IV. Formas de Avaliação

A avaliação será feita por meio escrito e prática, participação em sala, seminários e desenvolvimento das atividades propostas em sala e a conclusão do projeto de assessoria.
Empenho e compreensão do conteúdo (10
)
2.Análise de cases (10
)
3.Avaliações (10
)
4.Seminários (20
)
5.Trabalho final (50
)
Acadêmicos (as) terão oportunidade de recuperação de rendimento ao longo do processo avaliativo e também ao final do semestre, com atividade relativa a todo o conteúdo trabalhado no semestre.

V. Bibliografia

Básica

DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia - Teoria E Técnica - 4ª Edição 2011
EID,Marco Antonio de Carvalho. Comunicação e Assessoria de Imprensa Para Governos. 2016
FERRARETTO, Elisa Kopplin. Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática. 2009
KUNSH, Margarida M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Sumus. 2003
MAFEI, Maristela. Assessoria de imprensa: Como se relacionar com a mídia. 2004

Complementar

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing, 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
KOTLER, Philip. Marketing 4.0. São Paulo: Ed. SEXTANTE, 2017.
SISSORS, Jack Z. Planejamento de mídia. São Paulo:Nobel,2001.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 02/2023
Data: 10/05/2023