



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (art. nº 91): Reunião de Departamento de 03/09/2020			
Docente Responsável: Jorge Arturo Villena Medrano			
Qualificação / atalho para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/6798337709225688			
Disciplina: Estudos de Mercado e Gestão de Empreendimentos, Projetos e Produtos de Comunicação			Código: COS 04845
Pré-Requisito:	Não possui		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 04	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	40	20	0
Ementa: Conhecimento global do funcionamento do sistema empresarial. A empresa de comunicação: conhecimento do papel de empresa de comunicação na vida econômica. As principais funções administrativas de uma empresa jornalística. Organização, planejamento, controle e direção de empresas jornalísticas. Constituição de novos empreendimentos em comunicação. Desenvolvimento de produto; interação com o mercado: como conhecer seus desejos, antecipar-se às necessidades e criar necessidades. O marketing para novos produtos e novos mercados.			
Objetivo principal: Ter conhecimento denso acerca do sistema capitalístico contemporâneo, assim como do negócio da comunicação, seu funcionamento e seu papel na vida socioeconômica e político-cultural atual.			
Objetivos Específicos: <ul style="list-style-type: none">• Constituir saber alentado sobre a constituição de novos empreendimentos, produtos e mercados em comunicação.• Analisar a constituição de novos empreendimentos em comunicação.• Entender o processo de desenvolvimento de produto; interação com o mercado desde a perspectiva das necessidades.• Analisar as perspectivas de marketing para novos produtos e novos mercados na área comunicacional.• Conhecer como desenvolver um Plano de Negócios em empresas de comunicação.			

Conteúdo Programático

1. Noções de mercado

- 1.1 Tipologias e natureza do mercado.
- 1.2 Orientação das empresas ao mercado
- 1.3 Planejamento Estratégico. Necessidades e Oportunidades.
 - 1.3.1 Análise SWOT

2. Empreendedorismo

- 2.1 Histórico do empreendedorismo no Brasil.
- 2.2 As Características do Comportamento Empreendedor.
- 2.3 Ferramentas de gestão fundamentais ao empreendedorismo.
- 2.4 Elaboração de um plano de negócio.
- 2.5 Estudo de viabilidade econômico-financeiro do Plano de negócio

3. Auditoria nas empresas de comunicação

- 3.1 A busca de Oportunidades
- 3.2 Elaboração de um Plano de Negócio para empresas de comunicação.
- 3.3 Estudo de viabilidade econômico-financeiro do Plano de negócio para empresas de comunicação.

Metodologia: Utilização do **Google Classroom**. Aulas expositivas (gravadas ou ao vivo); lives com convidados (gravados ou ao vivo); debates virtuais a partir de textos selecionados; apresentações de seminários de forma virtual; encaminhamento de links de vídeos, documentários e filmes disponíveis na Internet. Seguiremos a seguinte estrutura de horários:

- Todos os dias da aula até às 07h45 serão postados materiais e arquivos na sala virtual.
- Os alunos serão organizados em grupos de trabalho para apresentação de seminários.
- O momento de encontro **síncrono** será organizado para atender aos grupos de alunos para preparar e orientar os seminários e apresentações a partir das **10h30** nos dias de aula. Todos esses encontros serão mediatizados pela Sala do **Google Meet** da disciplina.
- As leituras dos textos e qualquer material escrito, assistir as vídeo aulas, assistir *lives*, assistir filmes e documentários são consideradas atividades **assíncronas**.
- A carga horária entre atividades previstas como síncronas e assíncronas será: 60% de atividades assíncronas (36 horas) e 40% atividades síncronas (24 horas)

Recursos: Utilização do **Google Classroom**. Nele disponibilizaremos arquivos diversos.

Critérios / Processo de avaliação da aprendizagem:

A nota final será atribuída por:

- **Nota 1** – Apresentação de seminários (Análise de Mercado) - texto escrito e apresentação. (Valor: 5 pontos)
- **Nota 2** – Apresentação de seminários (Plano de Negócio) - texto escrito e apresentação. (Valor: 5 pontos)
- Ao final do período, os alunos que não alcançarem média 7,0 (sete) farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

Bibliografia Básica:

MARTINUZZO, José Antonio. Os Públicos Justificam os Meios – Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção. São Paulo: Summus, 2014.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SENNETT, Richard. A cultura do novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2006.

Bibliografia Complementar:

- ANDERSON, Chris. A cauda longa. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006.
- ARGENTI, Paul. Comunicação Empresarial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BARBER, Benjamin R. Consumido. Rio de Janeiro; Record, 2009.
- BAUMAN, Zigmunt. Vida para consumo. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores. São Paulo: Atlas2009.
- CARDOSO, Gustavo. A mídia na sociedade em rede. Rio Janeiro: FGV, 2007.
- CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- ____. Redes de Indignação e Esperança. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- COVALESKI, Rogério. Publicidade híbrida. Curitiba: Maxi Editora, 2010.
- DOCTOR, Ken. Newsonomics. São Paulo: Cultrix, 2011.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. São Paulo: Campus, 2008
- JENKINS, Henry. Cultura da Conexão. São Paulo: Aleph, 2014.
- ____. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- LENZI, Fernando. Nova Geração de Empreendedores: Guia para elaboração de plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2009.
- LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas Ampliadas. São Paulo: Manole, 2004.
- MARTINUZZO, José Antonio. Seis Questões Fundamentais da Comunicação Organizacional Estratégica em Rede. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.
- ____. Seis Questões Fundamentais da Assessoria de Imprensa Estratégica em Rede. Rio de Janeiro: Mauad,2013.
- MENDES, Jerônimo. Manual do Empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009.
- MORAES, Denis de (org.). Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- ____. Mutações do Visível. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.
- ____. Vozes Abertas da América Latina. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.
- ____. Mídia, Poder e Contrapoder. Rio de Janeiro: Boitempo, 2013.
- PRADO, Magali. Webjornalismo. Rio de Janeiro, LTC, 2011.
- PRIMO, Alex (Org.). Interações em Rede. Porto alegre: Sulina, 2013.
- PROULX, Mike. Social TV. New Jersey: Wiley, 2012.
- RAMAL, Silvina. Como transformar seu talento em um negócio de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.
- REED, Jon. Marketing Online. São Paulo: Lafonte, 2012.SAFKO, Lon, BRAKE, David K. A Bíblia da Mídia Social. São Paulo: Blucher, 2010.
- SAQUET, Marcos Aurelio. Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades. Rio de Janeiro: Consequência, 2015.
- SHIRKY, Clay. A cultura da participação. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.
- TRIGUEIRO, André et al. Manual de Comunicação e Meio Ambiente. São Paulo: Peirópolis, 2004.
- TÜRCKE, Christoph. Sociedade Excitada. Campinas: Unicamp, 2010.
- WOLFF, Michael. Televisão é a nova televisão. São Paulo: Globo, 2015.
- WOLTON, Dominique. Informar não é comunicar. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- YATES, Jonathan. Empreender em 100 lições. São Paulo: Gente, 2010.

Observações:

A partir da impossibilidade do acesso à Biblioteca da UFES, se apresentam as seguintes Bibliografias digitais:

- Barlach, Lisete, *A criatividade humana sob a ótica do empreendedorismo inovador*. Teses de Doutorado (Instituto de Psicologia-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-01122009-084339/pt-br.php>, 2009.
- Canal Endeavor (Youtube) <https://www.youtube.com/user/endeavorbrasil>
- Medrano, Jorge Arturo Villena, *Comunicação organizacional integrada: alicerce intrínseco da economia de comunhão*, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-22072009-182251/pt-br.php>, 2007
- Oliveira, Rui José de, *Mensuração e avaliação de resultados em comunicação mercadológica: a percepção das agências de comunicação full service e os impactos no relacionamento cliente-agência*, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14072017-144353/pt-br.php>, 2016.
- Oliveira, Tiago Mainieri de, *Empreendedorismo em comunicação: estudo comparativo das agências de relações públicas e comunicação no Brasil, Espanha e Estados Unidos*, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-15072009-225826/pt-br.php>, 2008.
- SEBRAE, *Cursos Online SEBRAE*, disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>, 2020.
- SEBRAE, *Como elaborar um Plano de Negócios*, disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf), 2013.
- Vasquez, Ruth Evelinda Peralta, *Comunicação de marca. Aportes da publicidade impressa na comunicação da identidade de marca*, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14082009-172723/pt-br.php>, 2006.

Cronograma:

(15/09) **Aula 1 – Apresentação** – Apresentação do Plano de Ensino e da bibliografia, dando ênfase na bibliografia online – Organização dos encontros virtuais.

(22/09) **Aula 2 – Noções de Mercado** - Orientação das empresas ao mercado - campo interdisciplinar de conhecimento. Conceitos, modelos e estruturas – Case e Documentário de experiências de mercado.

(29/09) **Aula 3 – Noções de Mercado** – Planejamento Estratégico - Necessidades e Oportunidades – Experiências de mercado – Organização dos Grupos ou alunos.

(06/10) **Aula 4 – Planejamento Estratégico** – Análise SWOT - Mensuração do mercado – Experiências de mercado.

(13/10) **Aula 5 – Empreendedorismo** - Histórico do empreendedorismo no Brasil - As características do Comportamento Empreendedor - Experiências de mercado. **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes

(20/10) **Aula 6 – Empreendedorismo** – Ferramentas de gestão fundamentais ao empreendedorismo – Elaboração da Pesquisa de Mercado – Experiências de mercado. **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes

(27/10) **Aula 7 – Empreendedorismo** – Estudo de viabilidade econômico-financeiro do Plano de negócio – Elaboração da Pesquisa de Mercado – **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes.

(03/11) **Aula 8 – Empreendedorismo** – Elaboração da Pesquisa de Mercado – **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes.

(10/11) **Aula 9 – Apresentação do Primeiro seminário**. Primeira parte do Plano de Negócios em empresas de comunicação – Análise de mercado.

(17/11) **Aula 10 – Auditoria nas empresas de comunicação** – A busca de Oportunidades no mercado regional – Experiências de mercado – **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes.

(24/11) **Aula 11 – Auditoria nas empresas de comunicação** – Elaboração de um Plano de Negócio para empresas de comunicação – **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes.

(01/12) **Aula 12 – Auditoria nas empresas de comunicação** – Estudo de viabilidade econômico-financeiro do Plano de negócio para empresas de comunicação – **Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes.

(08/12) **Aula 13 – Apresentação do Segundo seminário.** – Plano de Negócios em empresas de comunicação (completo).

(15/12) **Aula 14 – Apresentação do Segundo seminário.** – Plano de Negócios em empresas de comunicação.

(22/12) **PROVA ESCRITA**