



Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes – Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social

2016/01

PROGRAMA DE DISCIPLINA

COS 04845

ESTUDOS DE MERCADO E GESTÃO DE
EMPREENDIMENTOS, PROJETOS E PRODUTOS DE
COMUNICAÇÃO

7º período

Carga Horária Total
60h

Créditos
04

Distribuição da Carga Horária Semanal

Teoria

Exercício

Laboratório

Turmas: **01/02**

4h

0h

0h

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.

OBJETIVOS

Geral: 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. **Específico:** Constituir saber alentado sobre a constituição de novos empreendimentos, produtos e mercados em comunicação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade I – Plano de negócios, serviços, produtos e empreendimentos

- a) Áreas, serviços e produtos em Comunicação (Jornalismo, P.P., Comunicação Organizacional, Pesquisa)
 - Plano Estratégico de Comunicação
 - Mídias customizadas
 - Livro-reportagem
 - Pesquisa acadêmica
- b) O mercado capixaba – economia, assessoria de imprensa e comunicação organizacional
- c) Empreendedorismo e Plano de Negócios

Unidade II – Globalização, capitalismo e trabalho

- d) A globalização e o redesenho planetário (economia, trabalho e tecnologia)
- e) “A cultura do novo capitalismo”
- f) Comunicação e consumo – “Vidas para consumo” e “Consumido”

Unidade III – Sociedade midiaticizada e os caminhos da comunicação

- g) “Sociedade do Espetáculo Midiaticizada”
- h) “Sociedade Excitada”
- i) “Sociedade em Rede” - Comunicação em Rede e Redes Sociais
- j) “Cultura da Convergência” e “Cultura da Conexão”
- k) “A Cauda Longa” e “Marketing Online”
- l) Comunicação e desafios – Jornalismo e Publicidade
- m) Por uma outra comunicação (América Latina)
- n) “Informar não é comunicar”

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: Atlas 2009.
CARDOSO, Gustavo. *A mídia na sociedade em rede*. Rio Janeiro: FGV, 2007.
CASTELLS, Manuel. *Redes de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
_____. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009.
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.
REED, Jon. *Marketing Online*. São Paulo: Lafonte, 2012.
SAFKO, Lon, BRAKE, David K. *A Bíblia da Mídia Social*. São Paulo: Blucher, 2010.
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.
WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2010.
YATES, Jonathan. *Empreender em 100 lições*. São Paulo: Gente, 2010.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Seminário (apresentação e prova) e Projeto em comunicação (plano de negócios, livro-reportagem, mídia customizada, plano estratégico de comunicação).

PLANEJAMENTO

1º semana: Apresentação e discussão de programa e metodologia das aulas
2ª semana: Unidade I - Plano Estratégico de Comunicação
3ª semana: Unidade I - Mídias customizadas - Jornalismo de Marca
4ª semana: Unidade I – Livro-reportagem

5ª semana: Unidade I – Pesquisa Acadêmica
6ª semana: Unidade I – Empreendedorismo e Plano de Negócios
7ª semana: Plano de Negócios e Mercado capixaba
8ª semana: Seminários “A globalização e o redesenho planetário”; “A cultura do novo capitalismo”
9ª semana: Seminários Comunicação e consumo – “Vidas para consumo” e “Consumido”
10ª semana: Seminários “Sociedade do Espetáculo Midiatizada”; “Sociedade Excitada”
11ª semana: Seminários “Sociedade em Rede”; “Cultura da Convergência”; “Cultura da Conexão”
12ª semana: Seminários “A Cauda Longa”; “Marketing Online”; Jornalismo em perspectiva
13ª semana: Seminário Por uma outra comunicação (América Latina)
14ª semana: Seminário “Informar não é comunicar”
15ª semana: Prova e entrega de projetos

PROFESSOR Dr. José Antonio Martinuzzo – martinuzzo@hotmail.com.