



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 18 de março de 2024			
<b>Docente Responsável:</b> Amanda Lais Pereira Noletto			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/8162246400397240">http://lattes.cnpq.br/8162246400397240</a>			
<b>Disciplina:</b> Estudos de Mercado e Gestão de Empreendimentos, Projetos e Produtos de Comunicação			<b>Código:</b> COS 04845
<b>Pré-requisito:</b>	Não possui		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	40h	20h	
<p><b>Ementa:</b> 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.</p>			
<p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Compreender os princípios e dinâmicas dos produtos e mercados em comunicação;</li><li>- Conhecer estratégias de inovação e gestão aplicadas ao campo da comunicação considerando o marketing na criação de novos produtos/mercados;</li><li>- Desenvolver aptidão teórica e crítica no estudo do processo de desenvolvimento de produtos e na interação com o mercado;</li><li>- Conhecer; e elaborar, um plano de negócios em empresas de comunicação.</li></ul>			
<p><b>Objetivo principal:</b> Entender conceitos e aspectos fundamentais do mercado empresarial no contexto de empresas de comunicação a partir do estudo de fenômenos e práticas como empreendedorismo, produtos e negócios</p>			

da comunicação, organização e direção de empresas jornalísticas, e marketing.

### **Conteúdo Programático:**

#### **Unidade 01 - Aspectos introdutórios de mercado:**

- Noções e tipologias do mercado
- Planejamento Estratégico. Necessidades e Oportunidades
- Pesquisa de mercado

#### **Unidade 02 - Empreendedorismo e Modelos de negócios**

- Contextualização histórica do empreendedorismo no Brasil
- Ferramentas de gestão fundamentais ao empreendedorismo
- Modelos de negócios e produtos da comunicação

#### **Unidade 03 - Perspectivas de mercado e Marketing**

- Jornalismo e negócios de comunicação
- Marketing
- Plano de negócios em comunicação.

### **Metodologia:**

Aulas expositivas dialogadas, leitura orientada, fichamentos e estudos dirigidos; Análise de práticas e produtos comunicativos; Discussões em sala de aula e trabalhos individuais/em grupo (seminário e elaboração de um plano de negócios em comunicação).

### **Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:**

- 1ª avaliação - Trabalho escrito: elaboração de um resumo expandido (Unidade II);
- 2ª avaliação - Seminários em grupo: apresentação de Estudos de Caso (Produtos desenvolvidos e a relação com o mercado);
- 3ª avaliação - Trabalho prático: apresentação e entrega do plano de negócios.

### **Bibliografia básica:**

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006.  
ANDERSON, C.; BELL, E.; SHIRKY, C. **Jornalismo Pós-Industrial**: adaptação aos novos tempos. Tow Center/Columbia University.  
BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008  
MARTINUZZO, José Antonio. **Os Públicos Justificam os Meios** – Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção. São Paulo: Summus, 2014.

### **Bibliografia complementar:**

BALL, Matthew. **A revolução do metaverso**: Como o mundo virtual mudará para sempre a realidade. São Paulo: Globo Livros, 2023.  
BERTOCCHI, D. **Startups de jornalismo**: desafios e possibilidades de inovação. In: Revista Contemporânea. V. 15, n. 1, 2017.  
CARDOSO, Gustavo; MAGNO, Carlos; SOARES, Tânia de M.; CRESPO, Miguel. **Modelos de Negócio e Comunicação Social**. Editora: Grupo Almedina (Portugal), 2016.  
CLÁUDIO AFRÂNIO, Rosa. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.  
CORRÊA, Roberto. **Comunicação integrada de marketing**: uma visão global. Editora Saraiva, 2006.  
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. **Comunicação de Marketing**: Integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação - Baseado na 8ª edição norte-americana. Editora: Cengage

Learning Brasil, 2016.

FRANÇA, Ana S. **Comunicação Empresarial**. Editora: Grupo GEN, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

\_\_\_\_\_. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

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.

ROGERS, David L. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para a era digital. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. 1. Ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

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:**

**11/03 - Início de 2024/1**

### **Aula 1:**

12/03 - Apresentação da disciplina: ementa, objetivos, programa e critérios/processo de avaliação da aprendizagem.

### **Aula 2:**

19/03

Unidade 01 - Aspectos introdutórios de mercado

Noções e tipologias do mercado

### **Aula 3:**

26/03

Unidade 01 - Aspectos introdutórios de mercado

Planejamento Estratégico. Necessidades e Oportunidades

### **Aula 4:**

02/04

Unidade 01 - Aspectos introdutórios de mercado

Pesquisa de mercado

### **Aula 5:**

09/04

1ª avaliação (Trabalho escrito)

### **Aula 6:**

16/04

Unidade 02 - Empreendedorismo e Modelos de negócios

Contextualização histórica do empreendedorismo no Brasil

### **Aula 7:**

23/04

Unidade 02 - Empreendedorismo e Modelos de negócios

Ferramentas de gestão fundamentais ao empreendedorismo

### **Aula 8:**

30/04

Unidade 02 - Empreendedorismo e Modelos de negócios

## Modelos de negócios e produtos da comunicação

### **Aula 9:**

07/05

Preparação para Seminários (Orientações)

### **Aula 10:**

14/05

2ª avaliação (Seminários em grupo)

### **Aula 11:**

21/05

2ª avaliação (Seminários em grupo)

### **Aula 12:**

28/05

Unidade 03 - Perspectivas de mercado e Marketing  
Jornalismo e negócios de comunicação

### **Aula 13:**

04/06

Unidade 03 - Perspectivas de mercado e Marketing  
Marketing  
Plano de negócios em comunicação

### **Aula 14:**

11/06

Unidade 03 - Perspectivas de mercado e Marketing  
Plano de negócios em comunicação  
Preparação do Plano de Negócios (Orientações)

### **Aula 15:**

18/06

3ª avaliação (Trabalho prático – Plano de Negócios)

**12/07 - Término de 2024/1**