



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

Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Jornalismo			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (art. nº 91):			
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
	50	10	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: Conhecer o funcionamento do sistema empresarial inclusive em empresas de comunicação ponderando suas principais funções administrativas bem como seus mecanismos de organização, planejamento, controle e direção das mesmas desde a perspectiva do empreendedorismo.			
Objetivos Específicos: <ul style="list-style-type: none">• 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
 - 1.3.2 Mensuração do mercado

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. Mudanças mercadológicas

- 3.1 Conceito de Convergência. Globalização e glocalização
- 3.2 A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho
- 3.3 Marketing 3.0
- 3.4 Consumer – Prosumer / Virtual, online. RRSS / Aplicativos

4. Auditoria nas empresas de comunicação

- 4.1 A busca de Oportunidades
- 4.2 Elaboração de um Plano de Negócio para empresas de comunicação.
- 4.3 Estudo de viabilidade econômico-financeiro do Plano de negócio para empresas de comunicação.

Metodologia: Aulas expositivas; debates a partir de textos selecionados; apresentações de seminários; exibição de filmes.

Recursos: Lousa, data show, computador, textos didáticos, materiais publicitários em diferentes formatos.

Critérios / Processo de avaliação da aprendizagem:

A nota final será atribuída por:

- **Nota 1** – Apresentação de seminários (Dois por projeto) - texto escrito e apresentação. (Valor: 6 pontos)
- **Nota 2** – Resumo Crítico (Individual/manuscrito) (valor: 2 pontos)
- **Nota 3** – Prova (Individual) (valor: 2 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:

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2006. 240 p. Número de chamada: **658.8 A545c 4.ed.**

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 299 p. Número de Referência: **658.3 D659s**

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 7. ed. São Paulo, SP: Empreende, 2018. xvii, 267 p. Número de Referência: **65.016.1 D713e 7.ed.**

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (Org.). *Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas*. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2008. 251 p. Número de Referência: **65.016.1 E55.**

HASHIMOTO, Marcos et al. *Práticas de empreendedorismo: casos e planos de negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. x, 209 p... Número de Referência: **65.016.1 P912**

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 215 p. Número de chamada: **658.8 K87m**

LANDES, David S.; MOKYR, Joel; BAUMOL, William J. *A origem das corporações: [uma visão histórica do empreendedorismo da Mesopotâmia aos dias atuais]*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 634 p.. Número de Referência: **65.016.1 L256o**

LODISH, Leonard M.; KALLIANPUR, Amy; MORGAN, Howard Lee. *Empreendedorismo e marketing: lições do curso de MBA da Wharton School*. Rio de Janeiro: Campus: Elsevier, c2002. xiv, 289 p. Número de Referência: **658.8 L823e**

MENEGUETTI, Sylvia Bojunga. *Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil*. São Paulo: Global, 2001. 119p. . Número de chamada: **658.8 M541c**

NASSAR, Paulo (Org.); ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. *Comunicação empresarial: estratégia de organizações vencedoras*. São Paulo: ABERJE, 2005. 2 v. (Coleção inteligência). Número de chamada: **65.012.45 C741**

RAINHO, João Marcos. *Jornalismo freelance: empreendedorismo na comunicação*. São Paulo, SP: Summus, 2008. 124 p.. Número de Referência: **070.423 R156j**.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. 27. ed. - Rio de Janeiro: Record, 2003. 491 p. Número de chamada: **316.42 T644t 27.ed.**

Bibliografia Complementar:

BÓRIO, Pâmela Monique Cardoso. *Prosumer: o novo protagonista da comunicação*. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/4490> Acesso em 08/02/2020

BURGELMAN, Robert A.; CHRISTENSEN, Clayton M.; WHEELWRIGHT, Steven C. *Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções*. 5. ed. Porto Alegre, RS: AMGH, 2012. xix, 628 p Número de Referência: **65.012.2 B954g 5.ed.**

CASTELLS, Manuel. *A galáxia Internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004. 325 p. Número de chamada: **316.422.44 C348g**

MOLENA, Airton. *A comunicação na gestão de projetos: melhorando a comunicação (maior razão do sucesso ou fracasso) nos projetos com o apoio da comunicação social*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011. x, 376 p. Número de Referência: **65.012.2 M718c**

RAMAL, Silvina Ana. *Como transformar seu talento em um negócio de sucesso: gestão de negócio para pequenos empreendimentos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 196 p. Número de chamada: **65.017.2/3 R165c**

VIANA, Francisco. *Comunicação empresarial de A a Z: temas úteis para o cotidiano e o planejamento estratégico*. São Paulo: CLA, 2004. 175 p. Número de Referência: **65.012.45 V614c.**

Cronograma:

(03/03) **Aula 1 – Apresentação** – apresentação do Plano de Ensino e da bibliografia básica – Importância da leitura do livro: *O segredo de Luísa*: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa de Fernando Dolabela – Divisão dos grupos - Noções de mercado - Tipologias e natureza do mercado.

(10/03) **Aula 2 – Noções de Mercado** - Orientação das empresas ao mercado - campo interdisciplinar de conhecimento. Conceitos, modelos e estruturas – Documentário de experiências de mercado.

(17/03) **Aula 3 – Noções de Mercado** - Planejamento Estratégico - Necessidades e Oportunidades – Experiências de mercado.

(24/03) **Aula 4 – Planejamento Estratégico** - Análise SWOT - Mensuração do mercado – Exercícios.

(31/03) **Aula 5 – Empreendedorismo** - Histórico do empreendedorismo no Brasil - As características do Comportamento Empreendedor - Experiências de mercado.

(07/04) **Aula 6 – Empreendedorismo** – Ferramentas de gestão fundamentais ao empreendedorismo – Elaboração de um plano de negócio – Experiências de mercado.

(14/04) **Aula 7 – Empreendedorismo** – Estudo de viabilidade econômico-financeiro do Plano de negócio – Orientação aos grupos.

(21/04) **SEMANA DE RESPIRO**

(28/04) **Aula 8** – Apresentação do Primeiro seminário. Primeira parte do Plano de Negócios em empresas de comunicação – Análise de mercado.

(05/05) **Aula 9 – Mudanças mercadológicas** – Conceito de Convergência. Globalização e glocalização – Documentário com experiências de mercado. Entrega dos Resumos críticos.

(12/05) **Aula 10 – Mudanças mercadológicas** – A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho – Experiências de mercado.

(19/05) **Aula 11 – Mudanças mercadológicas** – Marketing 3.0 – Consumer / Prosumer – Experiências de mercado.

(26/05) **Aula 12 – Mudanças mercadológicas** –Virtual, online. RRSS / Aplicativos – Experiências de mercado.

(02/06) **Aula 13 – Auditoria nas empresas de comunicação** – A busca de Oportunidades no mercado regional – Experiências de mercado – Orientação aos grupos.

(09/06) **Aula 14** – Apresentação do Segundo seminário. Plano de Negócios em empresas de comunicação (completo).

(16/06) **Aula 15** – PROVA ESCRITA – Individual e sem consulta.

(23/06) **Aula 16 – AVALIAÇÃO FINAL** – devolutiva dos trabalhos da disciplina.