

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](https://wwws.cnpq.br/cvlattesweb/PKG_MENU.menu?f_cod=FB9F46488C04EFEF487350EA60FC2660) | | | | | |
| **Disciplina**: Laboratório de Assessoria de Imprensa | | | | **Código:** COS 04848 | |
| **Pré-Requisito**: | | Não possui | | **Carga Horária Semestral**: 60h | |
| **Créditos:** 01 | | **Distribuição da Carga Horária Semestral** | | | |
| **Teórica** | **Exercício** | | **Laboratório** |
| 0 | 0 | | 60 |
| **Ementa:**  Ações tradicionais de Assessoria de Imprensa; Auditoria de imagem; Plano de comunicação. Elaboração e execução de um projeto de assessoria de imprensa definido em cada semestre letivo. | | | | | |
| **Objetivo Geral:**  Aplicar técnicas e estratégias de assessoria de imprensa visando estabelecer canais de comunicação entre o assessorado, os meios de comunicação e os profissionais de imprensa.  **Objetivos Específicos:**  • Aplicar das técnicas tradicionais de assessoria de imprensa;  • Desenvolver estratégias e técnicas de auditoria de imagem;  • Desenvolver plano de comunicação. | | | | | |
| **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**  **1. Revisão do conteúdo**   * Princípios da Assessoria de Imprensa   **2. Elaboração do Plano de Assessoria de Imprensa**   * Definição dos cases a serem abordados e elaboração de plano de Assessoria de Imprensa de acordo com o destinatário selecionado * Implementação do plano de Assessoria de Imprensa | | | | | |
| **Metodologia**: Utilização do **Google Classroom**. Aulas expositivas (gravadas); lives com convidados (gravados); debates virtuais a partir da realização dos Planos de Assessoria de Imprensa; apresentações de seminários de forma virtual. Seguiremos a seguinte estrutura de horários:   * Todos os dias da aula até às 07h45 serão postados materiais e arquivos na sala virtual. * Os alunos elaborarão os trabalhos de forma individual. * O momento de encontro **síncrono** será organizado para atender aos alunos para preparar e orientar os Planos e apresentações a partir das **10h00** nos dias de aula. Todos esses encontros serão mediatizados pela Sala do **Google Meet** da disciplina e de forma presencial. * As leituras dos textos e qualquer material escrito, trabalho e pesquisa de campo, 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). * Os horários com os alunos serão agendados no início da semana e por solicitação do grupo, que poderá ser presencial. Sala de aula 201.   **Recursos:** Utilização do **Google Classroom.**  **Link do convite:** <https://classroom.google.com/c/NDIyNjA5OTExNTE1?cjc=26rfuje>  **Sala do Meet**: <https://meet.google.com/mbm-hwfi-kiw> | | | | | |
| **Critérios / Processo de avaliação da aprendizagem:**  A nota final será atribuída por:   * **Nota 1** – Apresentação e elaboração de Plano de Assessoria de Imprensa - texto escrito e apresentação. (Valor: 5 pontos) * **Nota 2** – Apresentação da Implementação do plano de Assessoria de Imprensa (Peças)- texto escrito e apresentação. (Valor: 5 pontos) * Ao final do período, os alunos que não alcançarem média 5,0 (cinco) farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina. | | | | | |
| **Bibliografia Básica:**  1. BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training: como usar a imprensa a seu favor. São Paulo:Saraiva, 2008.  2. BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial. Teoria e pesquisa. Barueri, SP.Manole, 2003.  3. DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia. Teoria eTécnica. São Paulo: Editora Atlas, 2002.  4.FENAJ. ASSESSORIA DE IMPRENSA. O Papel do Assessor – Federação Nacional deJornalistas, vários autores, Brasília: 1996.  5. \_\_\_\_\_\_. Manual de Assessoria de Comunicação - 2007 - Federação Nacional deJornalistas. 4ª edição revista e ampliada. Brasília, 2007.  6. MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – como se relacionar com a mídia. 3ª ed.São Paulo: Contexto: 2007.  7. SILVA, Aleidiano Sabino da. A auditoria de imagem como instrumento de mensuração eavaliação da imagem(s) da organização construída pela mídia. Trabalho publicado no XICongresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste / Relações Públicas eComunicação Organizacional 2009. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=29935>.Acesso em 29 de agosto de 2020.  **Bibliografia Complementar:**   1. BANCO DO BRASIL. A mídia e a construção da imagem empresarial: bases para o relacionamento do Banco do Brasil com a imprensa. Coordenação: Estratégia, Marketing e Comunicação. Brasília: Banco do Brasil, 2001.   2. CASSIANO, Ângela; SMANIOTTO, Suze. 20 Anos de Boas Notícias. Práticas de Assessoria de Imprensa. São Paulo: Sá Editora, 2002.  3. CHAMPI JR., Afonso; BARBOSA, Djalma G. Diário de uma crise. Lições do caso Parmalat. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.  4. CHINEM, Rivaldo. Assessoria de Imprensa – como fazer. São Paulo: Summus Editorial, 2003.  5. CORRADO, Frank. A força da comunicação. São Paulo: Makron Books, 1994.  6. DOTY, Dorothy I. Divulgação Jornalística & Relações Públicas. 5ª edição, São Paulo: Cultura Ed. Associados, 1999.  7. KOPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz A – Assessoria de Imprensa: teoria e prática. 2ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.  8. KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.  9. LARA, Maurício. As Sete Portas da Comunicação Pública. Belo Horizonte: Gutenberg,2003.  10. LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. Manual de Assessoria de Imprensa. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2002.  11. NASSAR, Paulo & FIGUEIREDO, Rubens. O que é comunicação empresarial? Coleção Primeiros Passos. S. Paulo: Brasiliense, 1995.  12. VALENTE, Célia & NORI, Walter. Portas Abertas. São Paulo: Best Seller, 1990. | | | | | |
| Observações:A partir da impossibilidade do acesso à Biblioteca da UFES, se apresentam as seguintes Bibliografias digitais:ASSIS, Evange Elias, Modelos de análise integrada para a definição de estratégias de marketing e comunicação de produtos eletroeletrônicos populares, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-01122010-093819/pt-br.php>, 2010.DUARTE, Jorge (org.), Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia, 5ed São Paulo, 2018. Versão Digital disponível no site da Biblioteca da UFES. <https://bibliotecas-digitais.ufes.br/> - https://cengagebrasil.vitalsource.com/#/books/9788597016147/cfi/6/2!/4/2/2@0:0FARIAS, Luiz Alberto Beserra de, Comunicação organizacional e relações públicas - estudo dialógico entre Brasil e México, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-31052006-094802/pt-br.php>, 2006.FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas, *Manual de Assessoria de Comunicação* / Imprensa 2007, 4º Ed. Ampliada e Revisada, disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/03/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf>FERNANDES, Backer Ribeiro, *Planejamento estratégico de comunicação para o licenciamento ambiental no Estado de São Paulo*, Teses de Doutorado (ECA-USP), disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-05112014-105812/pt-br.php>, 2014.HOXIE SULLIVAN, Marguerite. *Uma assessoria de imprensa responsável na era digital*. EUA: Bureau de Programas de Informações Internacionais Departamento de Estado dos Estados Unidos, 2012. (Série Manuais), disponível em: <https://static.america.gov/uploads/sites/8/2016/06/A-Responsible-Press-Office-in-the-Digital-Age_Handbook-Series_Portuguese_508.pdf>, 2016.KNEWIN, *Como fazer um planejamento de assessoria de imprensa*, eBook, disponível em: <https://materiais.knewin.com/planejamento-assessoria-de-imprensa>, 2016.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.RIBEIRO, Vasco et al. *A assessoria de imprensa e as redes sociais*: Estudo de caso sobre as mudanças no relacionamento fonte- jornalista e o processo de produção do *press release*. Comunicação Pública, n. Vol.10 no 19, 15 dez. 2015. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/1077>TÉRCIO, Saccol (et al). Assessoria de comunicação, Porto Alegre: Sagah, 2020. Versão Digital disponível no site da Biblioteca da UFES. <https://bibliotecas-digitais.ufes.br/> - <https://cengagebrasil.vitalsource.com/books/9786556900865> | | | | | |
| Cronograma: (04/11) **Aula 1** – **Apresentação** – Apresentação da disciplina, Plano de Ensino e organização dos encontros virtuais e presenciais.  (11/11) **Aula 2** – **A assessoria de imprensa na atualidade** – Tempos de crise e a função da Assessoria – Live ou Documentário.  (18/11) **Aula 3** – **Desafios da assessoria de imprensa** – Incertezas e Planejamento Estratégico – Análise SWOT – Organização dos Grupos.  (25/11) **Aula 4** – **Organização dos cases –** Cada grupo deverá definir o case a ser abordados e identificar como se pretende elaborar o plano de Assessoria de Imprensa.  (02/12) **Aula 5** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (09/12) **Aula 6** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (16/12) **Aula 7** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (27/01) **Aula 8** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (03/02) **Aula 9** – **Apresentação do Primeiro seminário** – Elaboração de Plano de Assessoria de Imprensa.  (10/02) **Aula 10** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (17/02) **Aula 11** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (24/02) **Aula 12** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (03/03) **Aula 13** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (10/03) **Aula 14** – **Consultoria** – Orientação – Pesquisa e elaboração dos projetos.  (17/03) **Aula 15** – **Apresentação do Segundo seminário** – Implementação do plano de Assessoria de Imprensa (Peças).  (24/03) **Aula 16** – **Apresentação do Segundo seminário** – Implementação do plano de Assessoria de Imprensa (Peças). | | | | | |