



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): 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: 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: <ul style="list-style-type: none">• 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 <ul style="list-style-type: none">• Princípios da Assessoria de Imprensa 2. Elaboração do Plano de Assessoria de Imprensa <ul style="list-style-type: none">• 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 serão organizados em grupos de trabalho para elaboração dos trabalhos.
- O momento de encontro **síncrono** será organizado para atender aos grupos de alunos para preparar e orientar os Planos 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, 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 grupos serão agendados no início da semana e por solicitação do grupo.

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

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 7,0 (sete) 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.
- Farias, 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>

Cronograma:

(09/09) **Aula 1 – Apresentação** – Apresentação da disciplina, Plano de Ensino e organização dos encontros virtuais.

(16/09) **Aula 2 – A assessoria de imprensa na atualidade** – Tempos de crise e a função da Assessoria – Live ou Documentário.

(23/09) **Aula 3 – Desafios da assessoria de imprensa** – Incertezas e Planejamento Estratégico – Análise SWOT – Organização dos Grupos.

(30/09) **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.

(07/10) **Aula 5 – Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes – Pesquisa e elaboração dos projetos.

(14/10) **Aula 6 – Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes – Pesquisa e elaboração dos projetos.

(21/10) **Aula 7 – Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes – Pesquisa e elaboração dos projetos.

(04/11) **Aula 8 – Apresentação do Primeiro seminário** – Elaboração de Plano de Assessoria de Imprensa.

(11/11) **Aula 9 – Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes – Pesquisa e elaboração dos projetos.

(18/11) **Aula 10 – Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes – Pesquisa e elaboração dos projetos.

(25/11) **Aula 11 – Consultoria** – Orientação a grupos de estudantes – Pesquisa e elaboração dos projetos.

(02/12) **Aula 12 – Apresentação do Segundo seminário** – Implementação do plano de Assessoria de Imprensa (Peças).

(09/12) **Aula 13 – Apresentação do Segundo seminário** – Implementação do plano de Assessoria de Imprensa (Peças).

(16/12) **Prova Final**