



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 24/04/2025			
Docente Responsável: Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: https://lattes.cnpq.br/9667432414520706			
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	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	40h	20h	
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 Específicos: - Compreender os princípios e dinâmicas dos produtos e mercados em comunicação; - Conhecer estratégias de inovação e gestão aplicadas ao campo da comunicação considerando o marketing na criação de novos produtos/mercados; - Desenvolver aptidão teórica e crítica no estudo do processo de desenvolvimento de produtos e na interação com o mercado; - Conhecer e elaborar, um plano de negócios em empresas de comunicação.			
Objetivo principal: 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			

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.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

- Avaliação, atividades em grupo e entrega de 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.
CLAUDIO AFRAJIO, Rosa. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.
CORREIA, 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 práticas 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 de 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.