



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Jornalismo – 4º período			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº 91): Reunião Depcom 25/11/19			
Docente Responsável: Dr. José Antonio Martinuzzo			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6			
Disciplina: Comunicação Organizacional		Código: 04832	
Pré-requisito:	Não consta	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 04	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	4h	0	0
Ementa: Processos e estruturas de comunicação nas organizações. Rotinas de produção e gestão da comunicação. Articulação dos processos de comunicação com as demais iniciativas e políticas da organização. Concepção de projetos e produtos de comunicação. Avaliação da eficácia da ação comunicativa nas organizações. Experiências relevantes em diversos tipos de organização.			
Objetivos: Geral: Estudar a importância da comunicação e seus processos como constituintes da sociabilidade contemporânea, com foco na gestão de imagem institucional de organizações diversas. Específico: Entendendo a lógica que engendra a contemporaneidade, com destaque para a comunicação, constituir saber teórico-técnico para planejar e executar políticas de comunicação organizacional em instituições públicas, privadas e não-governamentais, considerando seus ambientes interno e externo.			
Conteúdo Programático: Introdução conceitual multidisciplinar A constituição histórica das sociabilidades: verdades, poder, instituições, mídias, subjetividades e relações intersubjetivas. Unidade I – O que é Comunicação Organizacional 1) Comunicação do começo aos fins 2) Identidade e imagem 3) Públicos-alvo			

- 4) Posicionamento
- 5) Poder
- 6) Comportamento e ambiente

Unidade II – Por que fazer Comunicação Organizacional

- 7) Mdiatização
- 8) Versão-realidade
- 9) Imagem mdiatizada
- 10) Trajetória

Unidade III – Como fazer Comunicação Organizacional

- 11) Métodos e estratégia
- 12) Meios
 - Básicos
 - Comunicação institucional interna
 - Comunicação institucional externa
 - Comunicação mercadológica
 - Especiais: Planejamento Estratégico e Plano de Contingência de Crise
 - Narrativas da publicidade e propaganda na gestão de imagem

Unidade IV – Quem faz Comunicação Organizacional

- 13) Multidisciplinar
- 14) Aprendiz, inovador, líder
- 15) Ético

Unidade V – Onde fazer Comunicação Organizacional

- 16) Comunicação em rede, dieta de mídia
- 17) Dialogismo

Unidade VI – Quando fazer Comunicação Organizacional

- 18) Temporalidades, territorialidades, economia da atenção, mdiatização, estratégia

Metodologia:

Aulas expositivas e dialogadas.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A nota final será atribuída pela média das notas obtidas em duas provas escritas.

Bibliografia básica:

KUNSCH, Margarida M. K. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

MARTINUZZO, José Antonio. *Os Públicos Justificam os Meios – Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção*. São Paulo: Summus, 2014.

_____. *Seis Questões Fundamentais da Comunicação Organizacional Estratégica em Rede*. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

Bibliografia complementar:

CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

D'ANCONA, Matthew. *Pós-Verdade*. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 2013.

DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia*. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 2015.

FREUD, Sigmund. *O Mal-Estar na Civilização*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

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

KAWASAKI, Gui & FITZPATRICK. *A Arte das Redes Sociais*. Rio de Janeiro: Best Business, 2017.

LEBRUN, Jean-Pierre. *O mal-estar na subjetivação*. Porto Alegre: CMC, 2010.
MARTINUZZO, José Antonio. *Seis questões fundamentais da assessoria de imprensa estratégica em rede*. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.
MORAES, Dênis de. *Mutações do Visível*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.
ORIGGI, Gloria. *Reputation: What it is and why it matters*. New Jersey: Princeton University Press, 2018.
REED, Jon. *Marketing Online*. São Paulo: Lafonte, 2012.
SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.

Cronograma:

1ª semana: Apresentação e discussão do programa e metodologia de aulas
2ª semana: Introdução conceitual multidisciplinar
3ª semana: Introdução conceitual multidisciplinar
4ª semana: Introdução conceitual multidisciplinar
5ª semana: Introdução conceitual multidisciplinar
6ª semana: Prova
7ª semana: O que é Comunicação Organizacional (Unidade I)
8ª semana: Por que fazer Comunicação Organizacional (Unidade II)
9ª semana: Como fazer Comunicação Organizacional (Unidade III)
10ª semana: Como fazer Comunicação Organizacional
11ª semana: Como fazer Comunicação Organizacional
12ª semana: Quem faz Comunicação Organizacional (Unidade IV)
13ª semana: Onde fazer Comunicação Organizacional (Unidade V)
14ª semana: Quando fazer Comunicação Organizacional (Unidade VI)
15ª semana: Prova