



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 – 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: <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6</a>			
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
<b>Ementa:</b> 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.			
<b>Objetivos:</b> <b>Geral:</b> Estudar a importância da comunicação e seus processos como constituintes da sociabilidade contemporânea, com foco na gestão de imagem institucional de organizações diversas. <b>Específico:</b> 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.			
<b>Conteúdo Programático:</b>  <b>Introdução conceitual multidisciplinar</b> A constituição histórica das sociabilidades: verdades, poder, instituições, mídias, subjetividades e relações intersubjetivas.  <b>Unidade I – O que é Comunicação Organizacional</b> 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
  - Aspectos da assessoria de imprensa 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.

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.

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:**

1<sup>ª</sup> semana: Apresentação e discussão do programa e metodologia de aulas

2<sup>ª</sup> semana: Introdução conceitual multidisciplinar

3<sup>ª</sup> semana: Introdução conceitual multidisciplinar

4<sup>ª</sup> semana: Introdução conceitual multidisciplinar

5<sup>ª</sup> semana: Introdução conceitual multidisciplinar

6<sup>ª</sup> semana: Prova

7<sup>ª</sup> semana: O que é Comunicação Organizacional (Unidade I)

8<sup>ª</sup> semana: Por que fazer Comunicação Organizacional (Unidade II)

9<sup>ª</sup> semana: Como fazer Comunicação Organizacional (Unidade III)

10<sup>ª</sup> semana: Como fazer Comunicação Organizacional

11<sup>ª</sup> semana: Como fazer Comunicação Organizacional

12<sup>ª</sup> semana: Quem faz Comunicação Organizacional (Unidade IV)

13<sup>ª</sup> semana: Onde fazer Comunicação Organizacional (Unidade V)

14<sup>ª</sup> semana: Quando fazer Comunicação Organizacional (Unidade VI)

15<sup>ª</sup> semana: Prova