



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 – 2º semestre especial 2021 - Earte			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº 91): Reunião Depcom.			
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: Módulo 1: O que é comunicação organizacional Aula 1 - Comunicação do começo aos fins Aula 2 - Identidade. Posicionamento. Imagem. Públicos-alvo Aula 3 - Poder. Comportamento. Cultura organizacional Aula 4 - Trajetória Módulo 2 – Onde fazer comunicação organizacional Aula 5 - Comunicação em rede e dieta de mídia Módulo 3 – Por que fazer comunicação organizacional			

Aula 6 - Mídiação
Aula 7 - Imagem midiática

Módulo 4 – Como fazer comunicação organizacional

Aula 8 - Método e estratégia
Aula 9 - Comunicação Organizacional Estratégica em Rede (COER)
Aula 10 - Meios estruturantes
Aula 11 - Meios para Comunicação Institucional
Aula 12 – Meios para Comunicação Mercadológica
Aula 13 - Plano Estratégico de Comunicação

Módulo 5 – Quem faz comunicação organizacional

Aula 14 - Perfil do gestor de comunicação

Módulo 6 – Quando fazer comunicação organizacional

Aula 15 - Estratégia temporal no instantaneísmo

Metodologia:

A partir da leitura e estudo assíncronos de material didático especialmente elaborado e fornecido pelo professor em formato digital aos alunos, contemplando todas as aulas previstas, para uso exclusivo durante o Earte, haverá apresentação/explicação pelo docente de cada tópico do programa, com discussões síncronas, às quintas-feiras, a partir das 8h, em tempo não inferior a 40% das aulas previstas, na plataforma Google Classroom/Google Meet (<https://meet.google.com/lookup/hrx75mnyk6?authuser=0&hs=179>). O restante do tempo será destinado à leitura e ao estudo assíncrono por parte dos discentes, com o suporte do professor, como medida de preparação para etapa síncrona das aulas e avaliações.

Crêterios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A nota final será atribuída pela média das notas obtidas em dois trabalhos dissertativos escritos, feitos na modalidade assíncrona, acerca dos temas/questões discutidos sincronamente, de acordo com o programa.

Bibliografia básica:

KUNSCH, Margarida. *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*. RJ: 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.
DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia*. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2011.
DUNKER, Christian et al. *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.
FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 2015.
FREUD, Sigmund. *O Mal-Estar na Civilização*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
GANDOUR, Ricardo. *Jornalismo em retração, poder em expansão*. São Paulo: Summus, 2020.
JENKINS, Henry. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.
KAWASAKI, Gui & FITZPATRICK. *A Arte das Redes Sociais*. Rio de Janeiro: Best Business, 2017.
MELLO, Patrícia Campos. *A máquina do ódio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
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.