



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		<b>Campus:</b> Goiabeiras	
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda – 4º período – 2022/2			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº 91):</b> Reunião Depcom 25/08/2022.			
<b>Docente Responsável:</b> Dr. José Antonio Martinuzzo			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6</a>			
<b>Disciplina:</b> Comunicação Organizacional			<b>Código:</b> 04832
<b>Pré-requisito:</b>	Não consta		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos: 04</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	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/Cronograma:</b> <b>Módulo 1: Introdução conceitual multidisciplinar</b> Aula 1 - Constituição histórica das sociabilidades: verdades, poder, instituições, mídias, subjetividades e relações intersubjetivas.  <b>Módulo 2: O que é comunicação organizacional</b> Aula 2 - Comunicação do começo aos fins Aula 3 - Identidade. Posicionamento. Imagem. Públicos-alvo Aula 4 - Poder. Comportamento. Cultura organizacional. ESG			

Aula 5 - Trajetória

**Módulo 3 – Por que fazer comunicação organizacional**

Aula 6 - Mídia e imagem midiática

**Módulo 4 – Onde fazer comunicação organizacional**

Aula 7 - Comunicação em rede e dieta de mídia

**Módulo 5 – 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 6 – Quem faz comunicação organizacional**

Aula 14 - Perfil do gestor de comunicação

**Módulo 7 – Quando fazer comunicação organizacional**

Aula 15 - Estratégia temporal no instantaneísmo

**Metodologia:**

Aulas expositivas e dialogadas, com suporte de textos e estudos de caso indicados.

**Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:**

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

**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.

BUCCI, EUGÊNIO. *A superindústria do imaginário*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

CRUZ, Augusto. *Introdução ao ESG*. São Paulo: Scortecci, 2021.

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.

LUKÁCS, György. *Prolegômenos para uma ontologia do ser social*. São Paulo: Boitempo, 2010.

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.

SANTOS, Flávio. *Economia da influência*. São Paulo: Gente, 2022.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.

TEIXEIRA, Patrícia Brito. Caiu na rede. E agora? Gestão de crises nas redes sociais. São Paulo: Évora, 2019.