



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 – 2024/1			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº 91): Reunião Depcom 19/02/2024.			
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: COS04832	
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/Cronograma: Módulo 1: Introdução conceitual multidisciplinar Aula 1 - Constituição histórica das sociabilidades: verdades, poder, instituições, mídias, subjetividades e relações intersubjetivas. Módulo 2: O que é comunicação organizacional 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 - Mídiação e imagem midiaticizada			

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.

MARTINUZZO, José Antonio. *Ciberbarroco: Biopoder na digitalidade*. Rio de Janeiro: Mauad, 2023.

MELLO, Patrícia Campos. *A máquina do ódio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

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.