



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Jornalismo			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 10/07/2024			
Docente Responsável: Flavia Daniela Pereira Delgado			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: : http://lattes.cnpq.br/9007810102331416			
Disciplina: ESTUDOS DE MERCADO E GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS, PROJETOS E PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO			Código: COS 04845
Pré-requisito:	Não possui		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	50	10	
Ementa: Conhecimento global do funcionamento do sistema empresarial. A empresa de comunicação: conhecimento do papel de empresa de comunicação na vida econômica. As principais funções administrativas de uma empresa jornalística. Organização, planejamento, controle e direção de empresas jornalísticas. Constituição de novos empreendimentos em comunicação. Desenvolvimento de produto; interação com o mercado: como conhecer seus desejos, antecipar-se às necessidades e criar necessidades. O marketing para novos produtos e novos mercados.			
Objetivos Específicos: Dominar conteúdos afeitos ao planejamento estratégico , planos de negócio, gestão de indicadores, inovação, negócios de impacto e empreendedorismo aplicados ao jornalismo e ao mercado da informação; avaliar e monitorar resultados voltados à gestão bem sucedida da gestão de negócios em comunicação e jornalismo.			
Objetivo principal: Conhecer o funcionamento de negócios em comunicação e em jornalismo, compreendendo os fluxos na administração e gestão de empreendimentos e projetos na área.			

Conteúdo Programático
1- Análise sobre o cenário contemporâneo das relações de trabalho.

- 2- Planejamento de Comunicação Integrada
- 3- Gestão Estratégica da Comunicação
- 4- Comunicação de Causas e Opinião Pública
- 5- Ferramentas de planejamento e cocriação
- 6- Empreendedorismo, Start ups e negócios de impacto

Metodologia: Aula expositiva com aprendizagem baseada em problemas e projetos, estudos de caso a partir de leituras selecionadas; sala de aula invertida.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem: Uma avaliação individual escrita valendo 40% da nota conforme calendário e criação, planejamento e apresentação coletiva de um modelo de negócio para empresa do mundo real local na área da comunicação, valendo os demais 60% da nota do semestre.

Bibliografia básica:

AFRÂNIO, R. C. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.

BERTOCCHI, D. **Startups de jornalismo: desafios e possibilidades de inovação**. In: Revista Contemporânea. V. 15, n. 1, 2017.

CORRADINI, A. **Gestão de negócios em comunicação**. Curitiba: Contentus, 2020.

Bibliografia complementar:

CARVALHO, A.P.P. **Empreendedorismo para jornalistas: modelos de negócio e inovação**. Curitiba: Intersaberes, 2020.

CRISTO, V.R. **A comunicação integrada em negócios sociais: estudo aplicado ao caso Quintessa**. Disponível em <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-27122019-170906/fr.php>

MIOLI, Teresa; NAFRÍA, Ismael. **Jornalismo Inovador na América Latina**. Disponível Em <https://journalismcourses.org/pt-br/ebook/jornalismo-inovador-na-america-latina>

QUIRÓS, E.A. **Fake News versus jornalismo livre e independente**. In Revista Uno. Número 27. 2017. Disponível em <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/fake-news-versus-jornalismolivree-independente/>

ROGERS, D L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital**.

Ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

Cronograma:

Aula 1: Apresentação da disciplina, objetivos, cronograma, métodos de avaliação e conteúdo programático. O novo perfil do profissional de comunicação e jornalismo. O que é uma empresa e seus diversos tipos. Noções básicas para abrir e gerir uma empresa.

Aula 2: As mudanças no mundo da comunicação e do jornalismo. Existe vida além da redação. O novo jornalista empreendedor. Planejamento e diagnóstico estratégico em comunicação.

Aula 3: Cenários. Princípios organizacionais: Missão, Visão e Valores. Exercício

Aula 4: Onde estão os profissionais do Jornalismo na Economia Criativa e digital e na gestão de Projetos e Negócios. Gestão estratégica em Comunicação

Aula 5: Ferramentas de planejamento: Análise Swot, Design Thinking, Matriz BCG, Análise Pestel, Business Model Canvas e Análise de Stakeholders.

Aula 6: Exercício de Análise Swot e Canvas

Aula 7: Avaliação Escrita

Aula 8: Empreendedorismo, Start ups e negócios de impacto

Aula 9: Temas transversais, ODS; Comunicação e ESG e outras questões latentes no cenário mundial

Aula 10: Comunicação de causas e opinião pública

Aula 11: Seminário com empreendedor convidado

Aula 12: Elaboração do plano de negócios

Aula 13: Atendimento grupos sobre plano de negócios

Aula 14: Apresentação do plano de negócios

Aula 15: Encerramento do semestre