



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): 07/10/2024			
Docente Responsável: Flavia Daniela Pereira Delgado – flavia.delgado@ufes.br			
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 <ol style="list-style-type: none">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: Avaliação escrita individual valendo 40% da nota + Planejamento, produção escrita e apresentação coletiva de um plano de negócios modelo Canvas para uma nova empresa de comunicação, valendo 60% da nota.

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-jornalismo-livre-e-independente/>

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

Ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

Cronograma:

Aula 1 (23/10): Apresentação da disciplina – Conteúdo programático, critérios de avaliação, crograma do semestre. O novo perfil do profissional de comunicação e jornalismo.

Aula 2 (30/10): As mudanças no mundo da comunicação e do jornalismo: existe vida além da redação. O novo jornalista empreendedor. Novos negócios inovadores em Comunicação e Jornalismo. Empreendedorismo.

Aula 3 (06/11): O que é uma empresa e seus diversos tipos, portes. Noções básicas para abrir e gerir uma empresa. Roda de conversa com jornalista empreendedor.

Aula 4: (13/11) Planejamento e diagnóstico estratégico em comunicação. Cenários. Princípios organizacionais: Missão, Visão e Valores. Exercícios

20/11 – Feriado Nacional

Aula 5: (27/11) Temas transversais, ODS; Comunicação e ESG e outras questões sociais latentes no

cenário mundial

Aula 6 (04/12): Gestão estratégica em Comunicação. Ferramentas de planejamento: Análise Swot, Design Thinking. Business Model Canvas e Análise de Matriz BCG, Análise Pestel. Exercício.

Aula 7 (11/12): Avaliação escrita

Aula 8 (18/12): Como elaborar Business Plan, roteiro de preparação do plano. Briefing sobre o projeto final: criando um negócio da comunicação.

Aula 9 (29/01): Orientação de grupos. Revisão de itens do Business Plan.

Aula 10 (05/02): Orientação de grupos. Revisão de itens do Business Plan.

Aula 11 (12/02): Orientação de grupos. Revisão de itens do Business Plan.

Aula 12 (19/02): Atendimento final plano de negócios. Revisão dos projetos escritos.

Aula 13 (26/02): Apresentação (escrita e verbal) sobre plano de negócios para uma nova empresa de pequeno porte na comunicação capixaba

Semana de Carnaval

Aula 14 (12/03): Feedback sobre os projetos.

Aula 14 - (19/03) Prova final e encerramento do semestre.