



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO:

CURSO: Comunicação Social	CÓD. CURSO: 315
DISCIPLINA: 150624 - Comunicação nas Organizações	TURMA: MNB
PERÍODO MINISTRADO: 6º. Semestre	CÓD. CURRÍCULO: 1506
SEMESTRE/ANO: 01/2006	
PROFESSOR: Dr. João José Azevedo Curvello	curvello@pos.ucb.br
	www.acaocomunicativa.pro.br
	356-9237 – 8112-3465

2. EMENTA:

As organizações como sistemas de comunicação. Estratégia e planejamento da Comunicação Integrada. Assessorias e consultorias de comunicação: organização, funções, modelos e tendências. Relacionamento com públicos estratégicos e preferenciais.
--

3. CONTRIBUIÇÃO PARA OS OBJETIVOS DO CURSO:

A Disciplina contribui com os objetivos do curso na medida em que promove a interdisciplinaridade e uma visão integrada da comunicação. Também contribui para preparar o aluno para um mercado de trabalho em mutação, com exigências cada vez mais acentuadas de visão sistêmica, competências multimídia, saber crítico e plural, responsabilidade social e ética.
--

4. OBJETIVO GERAL:

Desenvolver uma visão sistêmica e integrada dos processos comunicativos nas organizações.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Proporcionar ao aluno capacidade teórico-analítica para avaliar e propor estruturas e políticas de comunicação interna e externa de organizações
Dotar o aluno de conhecimentos mínimos (teóricos e práticos) que o capacitem a prestar assessoramento de comunicação integrada.
Apresentar o novo contexto e os novos desafios do trabalho de assessoria de comunicação.

6. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Organização, informação e sistemas de comunicação
2. A sociedade da comunicação
3. O que é a comunicação organizacional
4. O conceito de Comunicação Integrada
5. A gestão da identidade e da imagem organizacional
6. Culturas organizacionais
7. Poder, ética e responsabilidade social
8. Estratégia de Comunicação
- diagnóstico institucional
- planejamento (estratégico, tático e operacional)
9. Modelos estruturais
10. Públicos estratégicos
11. Comunicação nas crises
12. A comunicação interna
13. Assessoria de imprensa (modelos e tendências)
14. Assessoria de RP (modelos e tendências)
15. Assessoria de Marketing e Promoção
16. Comunicação institucional / Marketing institucional
17. Comunicação com clientes
- atendimento, ombudsman e ouvidorias
17. A comunicação e a informação nas organizações virtuais
18. Avaliação da comunicação

7. METODOLOGIA DE ENSINO:

A disciplina será ministrada por meio de uma combinação de aulas expositivas, atividades participativas e cooperativas (como debates, seminários e jogos interpretativos), palestras, leituras, discussões de textos, exercícios em sala de aula e apresentação e discussão de sessões de vídeos.

A orientação aos alunos será realizada ao final de cada encontro semanal.

8. RECURSOS INSTRUCIONAIS:

Como apoio às aulas expositivas pretendemos recorrer ao uso de apresentações multimídia ou transparências. Em algumas das unidades da matéria deveremos utilizar videocassete, rádio, televisão e computadores.

9. ARTICULAÇÃO COM AS OUTRAS DISCIPLINAS DO CURSO:

A disciplina complementa conteúdos ministrados nas disciplinas Administração Publicitária, Comunicação Comunitária e Promoção Social, Jornalismo Comunitário, Jornalismo Especializado, Assessoria de Imprensa, Marketing Básico, Planejamento de Campanhas, Políticas de Comunicação e Gestão da Informação, Administração e Gestão de Negócios, Teorias da Comunicação I e II.

10. AVALIAÇÃO (critérios, ponderação e recuperação):

Serão realizadas quatro avaliações no semestre:

Avaliação 1

Prova escrita baseada nos conteúdos ministrados em sala de aula e publicados nos livros básicos a seguir.

BUENO, Wilson da Costa.- Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa – São Paulo: Manole, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio – Tratado de Comunicação Organizacional e Política - S.Paulo. Thomsom, 2002.

KUNSCH, Margarida M. K. – Planejamento das Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003. Edição Nova.

CURVELLO, João J. A. – Comunicação Interna e Cultura Organizacional – São Paulo: Scortecci, 2002

DUARTE, Jorge (organizador) – Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2002.

NEVES, Roberto de Castro – Crises empresariais com a opinião pública - Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Data: 19/04/2006

Valor máximo: 10 pontos.

Avaliação 2

Estratégia e Plano de Comunicação

Diagnóstico, Estratégia, Plano de Ação, Apresentação e Projeto prático de Assessoria de Comunicação, a partir do planejamento desenvolvido na primeira etapa.

Valor máximo: 10.

- Diagnóstico, Estratégia, Plano de Ação = valor 5
- Projeto prático (produto e/ou serviço) = valor 3
- Apresentação = valor 2

Datas: 21/06/2006

Observação: não serão aceitas entregas fora do prazo determinado, nem trabalhos copiados da internet e/ou de outras fontes.

As notas das duas avaliações serão somadas e, depois, divididas por dois. O resultado compõe a média final do semestre.

11. BIBLIOGRAFIA (básica e complementar):

Básica

- BUENO, Wilson da Costa.** - Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa – São Paulo: Manole, 2002.
- CORRADO, Frank** – A força da comunicação – São Paulo: Makron Books, 1994.
- CURVELLO, João J. A.** – Comunicação Interna e Cultura Organizacional – São Paulo: Scortecci, 2002.
- DUARTE, Jorge (organizador)** – Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2002.
- KUNSCH, Margarida M.K.** - Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003. Nova Edição Revista e Ampliada
- NEVES, Roberto de Castro** – Crises empresariais com a opinião pública - Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- TORQUATO, Gaudêncio** – Tratado de Comunicação Organizacional e Política – São Paulo: Thomsom, 2002.

Complementar

- AKTOUF, Omar** - A administração entre a tradição e a renovação. São Paulo: Atlas, 1993.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza.** Para entender relações públicas. 3ª.edição. S.Paulo: Biblos, 1985.
- BAHIA, Juarez.** Introdução à comunicação empresarial. Rio de Janeiro: Murad, 1995.
- BB/Labjor** - Estado, Mercado e Interesse Público - a comunicação e os discursos organizacionais - Série Seminário de Comunicação Banco do Brasil – Brasília: Banco do Brasil, 1999.
- BRUM, Analisa.** Respirando Endomarketing. Porto Alegre: L&PM, 2003.
- CAHEN, Roger.** Comunicação empresarial. São Paulo: Editora Best Seller, 1990.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes.** Comunicação dirigida escrita na empresa. São Paulo: Summus, 1995.
- CORRÊA, Tupã Gomes (organizador).** Comunicação para o mercado - instituições, mercado, publicidade. São Paulo: Edicon, 1995.
- CURVELLO, João José A.**- A comunicação e a informação nas organizações virtuais - paper apresentado na disciplina Os novos paradigmas empresariais: fronteiras entre a teoria a pesquisa. São Paulo: FEA/USP, 1996.
- CURVELLO, João José A.** - Comunicação, trabalho e aprendizagem nas organizações - paper apresentado no GT Comunicação Organizacional no XX Congresso INTERCOM, Santos, 1997, disponível na Internet no endereço: <http://www.acaocomunicativa.pro.br/aprend.htm> .
- CURVELLO, João J. A.** - Comunicação interna e o fim do vínculo e da estabilidade nas organizações. Ebook para MS Reader, Brasília: Ação Comunicativa, 2001. disponível na internet no endereço: <http://www.ebookcult.com.br/acervo/livro.asp?L=318&cat=LAN>
- ELTZ, Fábio.** Qualidade na comunicação: permanente estratégia para encantamento do cliente. Salvador: Casa da Qualidade, 1994.
- FIGUEIREDO, Rubens & NASSAR, Paulo.** O que é comunicação empresarial. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- FONTENELLE, Isleide.** O nome da marca: McDonalds, fetichismo e cultura descartável. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.
- FRANÇA, Fábio e FREITAS, Sidinéia G.** – Manual da Qualidade em Projetos de Comunicação. São Paulo: Thomsom Pioneira, 2000.
- FREITAS, Maria Ester de** - Cultura Organizacional - formação, tipologias e impacto. São Paulo: Makron, McGraw Hill, 1991.
- GIACAGLIA, Maria Cecília** – Organização de Eventos: teoria e prática. São Paulo: Thomsom, 2003.
- GOLDHABER, Gerald M.** - Comunicación Organizacional. México, Diana, 1994.
- GRUNIG, James E..** Modelos de relações Públicas e Comunicação in Excellence in Public Relations and Communication Management, IABC, 1992, capítulo traduzido por Maria Aparecida Ferrari.

IASBECK, Luiz Carlos - A Administração da Identidade e da Imagem Empresarial - Tese de doutoramento. São Paulo: PUC, 1997.

KOPPLIN, Elisa & FERRARETTO, Luiz A. Assessoria de Imprensa: teoria e prática. 2ª ed. Porto alegre, Sagra / DC Luzzatto, 1996.

KUNSCH, Margarida M. Krohling . Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo, Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida M.K - Obtendo resultados com Relações públicas. São Paulo, Pioneira, 1997.

LEVINE, Rick , LOCKE, Christopher, SEARLS, Doc e WEINBERGER, David- O Manifesto da Economia Digital - Rio de Janeiro - Campus, 2000.

LIMA, Marcelo O. Coutinho. Marketing Eleitoral. E-book para MS Reader. São Paulo, Ridendo Castigat Mores Ed., 2001. Disponível na internet no endereço:
<http://www.ebookcult.com.br/acervo/livro.asp?L=213&cat=LAN>

MUYLAERT, Roberto. Marketing cultural & comunicação dirigida. São Paulo: Globo, 1993.

NASSAR, Paulo & GOMES, Nelson. A comunicação da pequena empresa. São Paulo: Globo, 1997.

NEVES, Roberto de Castro - Comunicação Empresarial Integrada - Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

PALMA, Jaurês Rodrigues. Jornalismo Empresarial/. Porto Alegre: Sulina/ARI, 1983.

PETIT, Francesc. Marca. São Paulo: Futura, 2003.

PINHO, J. B. Comunicação em Marketing. Campinas: Papirus, 1988.

PINHO, J. B. O poder das marcas. São Paulo: Summus, 1996.

PINHO, J. B. Propaganda institucional. São Paulo: Summus, 1990.

PINHO, J. B. Publicidade e vendas na Internet: técnicas e estratégias. São Paulo: Summus, 2000.

PINHO, J. B. Relações Públicas na Internet. São Paulo: Summus, 2003.

ROSA, J. Antonio & LEON, M. L. Silva Plá de. Jornal de empresa na prática. São Paulo: STS, 1992.

SIMÕES, Roberto Porto - Relações Públicas: função política. 3a. edição. S.Paulo: Summus, 1995.

SIMÕES, Roberto Porto - Relações Públicas e Micropolítica. São Paulo: Summus, 2002.

TAVARES, Maria das Graças de P. - Cultura Organizacional - Uma abordagem antropológica da mudança - Rio de Janeiro, Qualitymark, 1991.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Cultura, Poder, Comunicação e Imagem: fundamentos da nova empresa. São Paulo, Pioneira, 1982.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Jornalismo Empresarial. São Paulo, Summus, 1984.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas. São Paulo, Summus, 1986.

VALENTE, Célia & Nori, Walter. Portas abertas. São Paulo, Best Seller, 1990.

VAZ, Gil N. Marketing Institucional - S.Paulo, Pioneira, 1995.

WEY, Hebe - O processo de relações públicas. 2ª.edição. S.Paulo, Summus, 1986.

YANAZE, Mitsuro – Esqueça o marketing! . Artigo disponível na internet no endereço:
<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/administracaoemarketing/0114.htm>

Sites:

www.iabc.com.br - International Association of Business Communicators

www.aberje.com.br - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

www.acaocomunicativa.pro.br - Ação Comunicativa

www.intercom.org.br/gtco - GT Comunicação Organizacional da Intercom

www.comunicacaoempresarial.com.br - Site da Comtexto Comunicação e Pesquisa com farto material sobre comunicação empresarial

<http://bocc.ubi.pt/> - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação

<http://www.portal-rp.com.br/> - Portal de Relações Públicas e Transmarketing

<http://www.pucrs.br/famecos/geacor/> - Revista Comunicação Organizacional

12. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES:

AULAS	DATA	ATIVIDADES
01	08//02	Apresentação do programa, das formas e dos critérios de avaliação. Introdução aos conceitos de organização, informação e sistemas de comunicação. Comunicação organizacional. Novos perfis organizacionais e profissionais. O assessor como estrategista de comunicação.
02	15/02	Conceitos Básicos: organização, poder, ética, discurso, imagem e identidade organizacional, públicos
03	22/02	Vídeos: Nike e The Corporation- O cenário das organizações
04	08/03	Comunicação Integrada nas Organizações - Estruturas e modelos organizacionais - Modelos gerenciais. O lugar das assessorias de comunicação nas diversas estruturas (funcional-burocrática, matricial e em rede)
05	15/03	Estratégia e Comunicação - Diagnóstico Organizacional, Planejamento Estratégico da Comunicação Instrumentos – exercícios
06	22/03	Funções de assessoria: Planejamento Tático e Operacional de Comunicação <i>Instrumentos – exercícios</i>
07	29/03	Apresentação das observações <i>in loco</i> em assessorias de comunicação no DF, sobre estruturas, perfis profissionais, planejamento, instrumentos
08	05/04	Comunicação Interna - conceitos, barreiras institucionais, perspectivas Exercício: Desvios de Comunicação
09	12/04	Caminhos para uma nova comunicação interna – a emergência das redes sociais de comunicação
10	19/04	<i>Avaliação 1 - Prova Escrita</i>
11	26/04	Vídeo: Para entender a imprensa. - Debate sobre assessoria de imprensa. Modelos, instrumentos e tendências. Exercício.
12	03/05	Vídeo: Relações Públicas (ECA/USP) - Assessoria de RP – Públicos, modelos, tendências. Comunicação e responsabilidade social das organizações. Marketing Institucional. Assessoria de marketing e promoção.
13	10/05	A comunicação para a qualidade de produtos e serviços. Comunicação com clientes. Atendimento, Ombudsman e Ouvidorias. Exemplos práticos. Exercício
14	24/05	Semana da Comunicação
15	31/05	O evento como recurso estratégico. Lobby. Comunicação em Relações com Investidores. Exercício: Análise de caso
16	07/06	A comunicação nas organizações virtuais. O Domínio da Tecnologia. Intranet, Internet e Extranet. A economia digital.
17	14/06	Avaliação da Eficácia da Comunicação: Instrumentos de mensuração de resultados
18	21/06	Seminários: apresentação das estratégias, dos planos e das ações de comunicação
19	28/06	Aula-síntese. Entrega dos resultados finais e Recuperação
Observações:		