



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

CÓDIGO:

COMPONENTE CURRICULAR: COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ASSESSORIA DE IMPRENSA

UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

SIGLA:

FACED

CH TOTAL TEÓRICA:

30

CH TOTAL PRÁTICA:

30

CH TOTAL:

60

OBJETIVOS

- Desenvolver capacidade de gerir, empreender e aplicar projetos que estreitam relações de confiança, afinidade e de responsabilidade social com os diferentes públicos, que em sua maioria são consumidores dos produtos e/ou serviços disponibilizados pelas empresas.
- Permitir o acesso aos conceitos e práticas básicas do trabalho de relacionamento com a imprensa, analisando temas importantes como a rotina de um escritório de comunicação; a mensuração do trabalho de assessoria de imprensa; o gerenciamento de crises; entre outros assuntos, possibilitando ao aluno a vivência da assessoria com o atendimento de comunicação.

EMENTA

A comunicação como um setor integrado à estrutura organizacional e o seu funcionamento nas organizações em geral. Conceito de sistema, organização e comunicação. Perfil e tipologia das organizações. O mercado organizacional. A comunicação organizacional e a assessoria de imprensa: formas e modelos de planos de comunicação; estrutura e funcionamento de uma assessoria; Produtos e Serviços. A relação fonte e jornalistas e as questões éticas.

PROGRAMA

- O ambiente organizacional e as novas demandas das organizações (públicas, privadas, não-governamentais, etc);
- Comunicação Organizacional contextos e aplicações;

- As novas tecnologias e a comunicação organizacional;
- Os tipos de comunicação na organização;
- Jornalismo empresarial: uma análise histórica e seus aspectos relevantes;
- As práticas de relações públicas;
- Instrumentos: mailing list, telefone, ofícios, cartas, releases, internet (home page, e-mail), press-kits;
- House-organ (planejamento, confecção e distribuição);
- Elaboração de um plano de comunicação integrada;
- A importância do plano de comunicação para a comunicação organizacional;
- A Avaliação da Comunicação Organizacional Conceito de Assessoria de Comunicação e Imprensa;
- Histórico da Assessoria de Imprensa;
- A importância da mídia na formação da imagem das organizações;
- A rotina de um escritório de comunicação;
- Capacitação de fontes;
- Gerenciamento de crises;
- Mensuração dos resultados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2003

KOPPLIN, Elisa; Ferraretto, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática.** Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1993.

REGO, Francisco G. T do. **Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Thomson Learning, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LIMA, Gerson Moreira. **Releasemanía: uma contribuição para o estudo do press release no Brasil.** São Paulo. Summus, 1985.

LOPES, Boanerges. **O que é assessoria de imprensa.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003

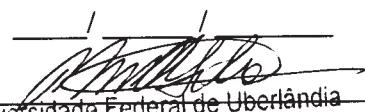
MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia.** São Paulo: Contexto, 2004.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS. **Manual de assessoria de imprensa.** São Paulo, 1986.

APROVAÇÃO

15/10/2015

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso


Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. Marcelo Soares Pereira da Silva
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
Pontaria R. 304 Ed. 210 - 2º andar
(que oferece a disciplina)