



Componente Curricular: Exclusivo de curso ( <input checked="" type="checkbox"/> )			Eixo Comum ( )		Eixo Universal ( )	
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT			Núcleo Temático: <b>PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS</b>			
Nome do Componente Curricular: <b>RELAÇÕES PÚBLICAS E ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO</b>				Código do Componente Curricular: <b>ENEX50994</b>		
Carga horária: <b>4 horas aula</b> <b>64h/ 76ha</b>	( <input checked="" type="checkbox"/> ) Sala de aula ( ) Laboratório ( <input checked="" type="checkbox"/> ) EaD		Etapa: <b>5ª</b>			
<p>Ementa:</p> <p>Reflexão sobre cultura organizacional e imagem corporativa. Reflexão sobre técnicas de comunicação organizacional e formas de relacionamento com os "stakeholders" (comunicação com os públicos internos e externos). Estabelecimento de relações entre as organizações, assessoria, mídia e sociedade. Análise das diferentes formas e usos dos veículos de comunicação no ambiente empresarial para a constituição da imagem de organizações públicas e privadas. Estudo de consultoria de mídia, produção de releases, press-kit, mailing list e clipping. Prática laboratorial de assessoria de imprensa no ambiente das organizações.</p> <p>Desenvolvimento de habilidades de produção e de redação que conectem transversalmente os saberes necessários à profissão.</p>						
<p>Conteúdo Programático:</p> <p>O papel das Relações Públicas e das Assessorias de Comunicação na construção de Identidade, imagem e reputação organizacional.</p> <p>Assessoria de Comunicação e Comunicação Integrada.</p> <p>Comunicação corporativa e organizacional: técnicas e instrumentos no relacionamento com os públicos.</p> <p>Estratégias de comunicação organizacional para os setores público e privado.</p> <p>Estratégias em Relações Públicas: Relacionamento com os diferentes stakeholders.</p>						



Estratégias em Assessoria de Imprensa: Clipping; press release; chamada e sugestão de pauta; entrevista individual e coletiva.

Media training.

Publicações empresariais (revista, vídeo, jornal, portal).

Produção de Conteúdo: Branded Content e Inbound Marketing.

Endomarketing.

Gerenciamento de crise de imagem.

Desenvolvimento de Plano de Assessoria de Comunicação para cliente real.

Avaliação de Resultados.

Avaliação:

N1: prova valendo 0 a 10 (peso 7) + plano preliminar de assessoria de comunicação valendo 0 a 10 (peso 3)

N2: desenvolvimento de plano de assessoria de comunicação (a ser elaborado durante o semestre) – em grupos de 3 a 5 alunos. Obs.: o plano será realizado de forma integrada com as disciplinas “Marketing Esportivo e Cultural” (na qual serão feitas: a) a escolha do cliente; b) o planejamento de marketing preliminar) e “Planejamento e Produção de Eventos” (na qual será desenvolvido o planejamento de ao menos um evento como parte do Plano de Assessoria de Comunicação) – ver mais informações no roteiro aula a aula e junto aos professores das disciplinas específicas.

Nota do plano completo: 0 a 10 (peso 10)

Nota complementar (participação): 0 a 1 – os grupos que entregarem TODAS as etapas do plano de comunicação no prazo terão 1 ponto acrescentado à nota intermediária total. Cada entrega NÃO realizada irá resultar na subtração de 0,2 desse total. Grupos que deixarem de entregar 5 ou mais etapas intermediárias do plano não terão nenhuma nota de participação.

Observação: a disciplina será oferecida na modalidade de “ensino híbrido”, com aulas teóricas presenciais e realização de atividades práticas em EaD (via Moodle). Instruções detalhadas serão transmitidas durante as aulas presenciais e no próprio Moodle. As atividades avaliativas relacionadas ao plano de comunicação (N1 e N2) deverão ser entregues nas datas indicadas no Moodle. Do contrário, o aluno não será avaliado.

Semana	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentação da disciplina. O papel das Relações Públicas e das Assessorias de Comunicação na	KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada



	<p>construção de Identidade, imagem e reputação organizacional.</p> <p>Apresentação do trabalho final da disciplina – clientes serão utilizados a partir da disciplina “Marketing Esportivo e Cultural” e serão aplicados também ao trabalho da disciplina “Planejamento e Produção de Eventos”. Os grupos devem ser compartilhados entre as disciplinas – os alunos que não estiverem em grupos simultaneamente nas três disciplinas deverão escolher outro cliente para o desenvolvimento do trabalho e também devem formar grupos).</p>	
2	<p>Assessoria de Comunicação e Comunicação Integrada.</p> <p>Comunicação corporativa e organizacional: técnicas e instrumentos no relacionamento com os públicos.</p> <p>Estratégias de comunicação organizacional para os setores público e privado.</p>	<p>KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada</p>
3	<p>Estratégias em Assessoria de Imprensa: Diagnóstico – SWOT e Clipping (Teoria).</p> <p>Estratégias em Assessoria de Imprensa: Diagnóstico – SWOT e Clipping (Prática).</p> <p>Definição do cliente (na disciplina “Marketing Esportivo e Cultural”) a ser utilizado no trabalho final. Formação definitiva dos grupos.</p>	<p>DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.</p> <p>CHINEM, Rivaldo. Assessoria de imprensa – Como fazer</p>
4	<p>Estratégias em Assessoria de Imprensa: Como procurar a mídia certa (Teoria).</p> <p>Estratégias em Assessoria de Imprensa: Como procurar a mídia certa (Prática).</p>	<p>DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.</p> <p>CHINEM, Rivaldo. Assessoria de imprensa – Como fazer</p>
5	<p>Estratégias em Assessoria de Imprensa: Press Release e sugestão de pauta (Teoria).</p> <p>Estratégias em Assessoria de Imprensa: Press Release e sugestão de pauta (Prática).</p> <p>Início do desenvolvimento do trabalho final a partir dos tópicos apresentados na disciplina.</p>	<p>DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.</p> <p>CHINEM, Rivaldo. Assessoria de imprensa – Como fazer</p>



6	Media training (Teoria). Media training (Prática).	DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.  MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
7	Avaliação (prova individual) – peso 7 + Avaliação do plano de comunicação preliminar – peso 3	
8	Devolutiva da prova.  Press Kit (Teoria e Prática).  Gerenciamento de Crise de Imagem (Teoria).	DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.  MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
9	Gerenciamento de Crise de Imagem (Teoria).  Gerenciamento de Crise de Imagem (Prática).	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
10	Endomarketing  Encaminhamento do material preliminar do plano de Comunicação para a disciplina “Planejamento e Produção de Eventos”.	LESLY, Philip. Os fundamentos de relações públicas e da comunicação
11	Publicações empresariais (Teoria).  Publicações empresariais (Prática).	LESLY, Philip. Os fundamentos de relações públicas e da comunicação
12	Publicações empresariais (Teoria).  Publicações empresariais (Prática).	LESLY, Philip. Os fundamentos de relações públicas e da comunicação
13	Produção de Conteúdo: Branded Content e Inbound Marketing (Teoria).  Produção de Conteúdo: Branded Content e Inbound Marketing (Prática).	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
14	Produção de Conteúdo: Branded Content e Inbound Marketing (Teoria).  Produção de Conteúdo: Branded Content e Inbound Marketing (Prática)	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
15	Desenvolvimento da versão final do Plano de Assessoria.	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
16	Desenvolvimento da versão final do Plano de Assessoria.	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.



17	Atendimento para finalização da P2 – Plano de Assessoria de Comunicação.	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
18	Entrega da P2 – Plano de Assessoria de Comunicação.	MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia.
19	Devolutiva das avaliações e encerramento do conteúdo do semestre.	
20	Prova Substitutiva.	
21	PF	

**Bibliografia Básica:**

CHINEM, Rivaldo. Assessoria de imprensa – Como fazer. São Paulo: Summus, 2003.  
KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4ª. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2004.  
LESLY, Philip. Os fundamentos de relações públicas e da comunicação,. 2. reimpr. São Paulo: Pioneira, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

GRUNIG, James E. /FERRARI, Maria Aparecida. Relações Públicas - Teoria, Contexto e Relacionamentos. Ed. Difusão., 2009.  
MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – Como se relacionar com a Mídia. São Paulo: Contexto, DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2018.  
SCHAUN, Angela, RIZZO, Esmeralda. Agências de comunicação: teoria e prática. São Paulo. Expressão e Arte Editora. 2009.  
VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. Planejamento de comunicação integrada: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. 2.Ed. São Paulo: Summus. 2009.