

<b>Componente Curricular:</b> Exclusivo de Curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
<b>Curso:</b> Jornalismo		<b>Núcleo Temático:</b> Fundamentação Específica / Aplicação Processual	
<b>Nome do Componente Curricular:</b> Assessoria de Comunicação			<b>Código do Componente Curricular:</b>
<b>Carga horária:</b> 2 horas/aula	( ) Teóricas (X) Práticas	<b>Etapa:</b> 5ª	
<b>Ementa:</b> Estabelecimento de relações entre as organizações, assessoria, mídia e sociedade. Estudo de consultoria de mídia, diagnóstico de imagem, social media, produção de releases, press-kit, mailing list, clipping e análise de resultados. Análise e treinamentos em mídia. Confeção de relatórios de avaliação e organização de coletivas de imprensa. Reflexão sobre a profissão e a ética no trabalho do assessor.			

## **Conteúdo Programático:**

### **1 – A Assessoria de Comunicação e seus modelos:**

- a. Assessoria de imprensa
- b. Organizações empresariais
- c. Organizações não governamentais
- d. Comunicação integrada
- e. Histórico – as organizações e a comunicação no século XXI
- f. Papel, características e funcionamento

### **2 – Práticas em Assessoria de Comunicação**

- a. Mídia Training – características e técnicas
- b. Press-Kit – estrutura e técnicas de criação
- c. Mailing List – técnicas e estratégias de criação
- d. Press-Release – estrutura, linguagem, tipos, técnicas e produção
- e. Follow up
- f. Clippings

### **3 – O jornalista na Assessoria de Imprensa:**

- a. Relacionamento com a imprensa
- b. Instrumentos de publicação e divulgação
- c. Mediação com a imprensa – a mídia específica para o produto
- d. Ética no relacionamento
- e. Publicações, clipping e newsletter
- f. Entrevista exclusiva e coletiva

### **4 – O gerenciamento de crise de imagem**

- a. Administração de conflitos e boatos – comunicação em crises e emergências
- b. Formação de comitê de crise – atitudes preventivas e pós-crise
- c. Grupos de interesse e reputação das empresas
- d. Planejamento de comunicação

### **5 – A relação empresa e sociedade – responsabilidade social e “cidadania” empresarial**

- a. Comunicação da assessoria de comunicação para o desenvolvimento organizacional
- b. Assessoria de comunicação dentro do mix de comunicação integrad

### **6 – A distinção entre o trabalho do assessor de imprensa e o relações públicas**

a. Organização de eventos

b. Relacionamento com o cliente

7 – As mídias interativas

a. Estratégias de assessoria voltadas às mídias sociais e aos influencers

8 – O diagnóstico e o planejamento estratégico em comunicação

a. Análise SWOT,

b. Identidade corporativa

c. Pesquisa como ferramentas para diagnóstico das necessidades das organizações

9 – As técnicas de SEO (Search Engine Optimization) na Comunicação Organizacional

10 – A entrevista como instrumento de esclarecimento

#### **Bibliografia Básica:**

CARVALHO, Cláudia, REIS, Léa Maria Aarão. **Manual prático de Assessoria de Imprensa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2007.

SILVA NETO, Belmiro Ribeiro da. **Comunicação Corporativa e reputação**. São Paulo: Saraiva, 2010.

#### **Bibliografia Complementar:**

BUENO, Wilson da Costa (org.). **Comunicação empresarial: planejamento e gestão**. São Paulo: All Print Ed., 2011.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2006.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2009.

LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. **Manual de Assessoria de Imprensa**. 2ª.ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2006.

TERRA, Carolina Frazon. **Mídias Sociais: e agora?** Rio de Janeiro: Senac Rio, 2012.