

	<p>Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001. Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620 Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br CGC: 01.149.432/0001-21</p>
---	--

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
Comunicação Social – Jornalismo	2013.1
CÓDIGO	DISCIPLINA
JOR022	Gestão em Comunicação
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72 h	5º

EMENTA

O empreendedorismo. A gestão em comunicação. Planejamento e ação estratégica. O mercado e as empresas da comunicação social. Pesquisa de mercado e descoberta das oportunidades Os produtos da comunicação.

OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Apresentar as duas principais estratégias de comunicação empresarial - comunicação institucional e comunicação mercadológica.

Objetivos Específicos:

Identificar as oportunidades para utilização da ferramenta comunicação, maximizando os recursos nas áreas Institucional e Mercadológica.

Contemplar aspectos conceituais e operacionais mais relevantes na comunicação institucional e na comunicação mercadológica, bem como os principais fatores legais e éticos associados à comunicação empresarial.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da FAT, objetiva formar profissionais habilitados e capacitados para exercer atividades profissionais do jornalismo nas diversas mídias, que atuem no mercado de trabalho com criatividade, responsabilidade, ética, reflexão e empreendedorismo, associando criatividade, ciência e habilidades técnicas à prática jornalística. Profissionais capazes de identificar e solucionar problemas pertinentes ao seu meio profissional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade I

As organizações no sistema global.
A comunicação nas organizações.
A comunicação social e a filosofia da comunicação integrada.

Unidade II

A gestão do planejamento.
Planejamento estratégico para a gestão da comunicação.
Planos, projetos e programas.

METODOLOGIA

- a) Aulas expositivas;
- b) Estudo de casos;
- c) Leitura, discussão e resenhas de textos;
- d) Seminários e trabalhos individuais e/ou em grupo.

AVALIAÇÃO

I Unidade: Prova Escrita – Individual e Trabalhos (resenhas / artigo / apresentação)
II Unidade: Prova Escrita – Individual e Trabalhos (resenhas / artigo / apresentação).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOLSON, Eder Luis. Tchau, Patrão! Como ser vencedor e feliz conduzindo seu próprio negócio. 2 ed. Belo Horizonte: Senac, 2004.
COSTA, Maria Cristina Castilho. Gestão da Comunicação: projetos de intervenção. São Paulo: Paulinas, 2009.
GARO, Roseli. Gestão da comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.
LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. 3. ed. São Paulo: Futura, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BACCEGA, Maria Aparecida; COSTA, Maria Cristina Castilho. Gestão da Comunicação: epistemologia e pesquisa teórica. São Paulo: Paulinas, 2009.
CORREA, Roberto. A Gestão da Comunicação pelo Anunciante. Rio de Janeiro: Global, 2012.
KROHLING KUNSCH, Margarida (org.). Gestão Estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 2ª Ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.
KUNSCH, Margarida (org.). Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Pioneira, 2001.
_____. Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional. 2 ed. São Paulo: Difusão Editora, 2009.
MARSHALL, Leandro. O jornalismo na era da publicidade. São Paulo: Summus, 2003. NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. Que é comunicação empresarial. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.

Professor responsável pela disciplina:	Coordenador (a) do Colegiado do Curso
Prof. MSc. Evandro Rabello	Prof.ª MSc. Marly Caldas

Direção Acadêmica	Direção Geral
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima