

## COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	DOCENTE
COM B63	OFICINA DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA	JULIANA FREIRE GUTMANN

CARGA HORÁRIA				MÓDULO			SEMESTRE VIGENTE
T	P	E	TOTAL	T	P	E	
	X		136		X	30	2021.1

## EMENTA

A comunicação estratégica no contexto organizacional contemporâneo. O caráter estratégico da comunicação no campo da cultura. Planejamento, execução e avaliação de estratégias e ações de comunicação para diferentes organizações, programas e projetos culturais. Comunicação e públicos estratégicos. Promoção e gestão de marca e imagem. Conhecimento e especificidades da comunicação organizacional.

## OBJETIVOS

## OBJETIVO GERAL

Construir conhecimento e competências para usos de estratégias de comunicação, principalmente, no campo da cultura.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimular pensamento crítico sobre comunicação organizacional/ comunicação estratégica no campo da cultura;
- Identificar desafios da comunicação estratégica no contexto atual, levando em conta temáticas, processos e fenômenos midiáticos emergentes;
- Empregar estratégias comunicacionais em situação profissional simulada em condições laboratoriais;
- Estimular reflexão crítica sobre práticas (de comunicação estratégica) através de estudos de caso.

## METODOLOGIA

Abordagem metodológica a partir de atividades síncronas e assíncronas. Objetiva-se desenvolver aprendizagens colaborativas com uso de variadas linguagens, que incluam mediação docente propositiva em termos de conteúdos e de acompanhamento da aprendizagem. As Atividades síncronas serão realizadas em dia e horário programado com interações ao vivo entre docente e discentes. Essas aulas irão priorizar fundamentos do princípio da aula invertida, com fóruns de debate, seminários, análise de cases, orientações por equipe. As atividades assíncronas incluem: estudo dirigido, leituras de referências bibliográficas, leitura de slides oferecidos pelo docente, pesquisa e mapeamento de cases, apreciação de material audiovisual indicado previamente. A atividade prática da disciplina será feita em grupo. O conteúdo programático será sistematizado a partir de módulos temáticos relacionados a fundamentos e técnicas da comunicação estratégica; produtos e processos comunicacionais da cultura contemporânea e contará com a participação de profissionais convidados atuantes no mercado.

## AVALIAÇÃO

Avaliação será feita de modo processual e contínuo e inclui: participação nos encontros e debates, realização das atividades da disciplina e o desenvolvimento, a partir delas, de um plano de ações de comunicação (com execução de uma ação) para uma organização (instituição, empresa, figura pública, projeto, programa, evento etc.). no âmbito da cultura. A atividade prática da disciplina será realizada pelos estudantes organizados em equipes e terá duas partes:

- Plano e Ação de Comunicação Estratégica: 7,0 (peso 1)
- Apresentação do Plano e da Ação de Comunicação Estratégica: 3,0 (peso 1)

Nota final equivalerá à soma das três notas, totalizando 10,0

\* Os estudantes serão divididos em equipes (de quatro a seis componentes) para a execução da Atividade Prática.

\*\* As notas das avaliações realizadas pelas equipes serão atribuídas para cada estudante, levando também em conta

---

seu desempenho e participação nessa atividade.

---

---

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

---

### **Dimensão conceitual:**

Comunicação, organização e cultura

Formação cultural da comunicação estratégica (a relação com os contextos)

Ativos intangíveis, marca, imagem e reputação

### **Dimensão procedimental:**

Ferramentas e dinâmicas da comunicação integrada/ estratégica

Assessoria de imprensa

Comunicação de crise

Social media e os usos estratégicos das mídias digitais

Comunicação por conteúdo na cultura digital

Avaliação diagnóstica e planejamento de comunicação estratégica

Plano integrado de ações de comunicação na área da cultura

### **Dimensão atitudinal:**

Comunicação estratégica e os grandes temas sociais

Comunicação estratégica e comportamento ético

---

## BIBLIOGRAFIA

---

### **Bibliografia básica**

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom** (USP), v. 10-11, p. 115-120, 2009.

BUENO, Wilson Bueno (org.). **Estratégias de Comunicação nas Mídias Sociais**. Barueri: Ed. Manole, 2015.

**ORGANICOM** - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP). Dossiê Comunicação, marketing e produção cultural. V. 07, n. 13, 2010.

### **Bibliografia complementar:**

BUENO, Wilson da Costa. Avaliando os ativos intangíveis das organizações nas mídias sociais: os limites das métricas. In: **Anais da XXIII Compós**. XXIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Belém, UFPA, 2014.

BUENO, Wilson. A personalização dos contatos com a mídia e a construção da imagem das organizações. **Organicom** – Revista Brasileira de Comunicação e Relações Públicas (USP). São Paulo, v. 2, n. 2, 2005

BUENO, Wilson Bueno. **Comunicação empresarial: planejamento e gestão**. São Paulo: All Print, 2011.

CASALY, Adriana Machado. Entrevista: James Taylor: Comunicação Organizacional: uma ciência híbrida. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. UMEESP. Dez/2005, ano 3, n. 6, p.9-15.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. São Paulo : Atlas, 2002

FISHER, Andréa. **Revista customizada: o jornalismo a serviço das fontes**. Florianópolis: Combook, 2013.

FRANÇA, Fábio; FERRARI, Maria Aparecido. Pode a comunicação organizacional ser considerada uma atividade de lobby? **Organicom** - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP). Dossiê Lobby, relações governamentais, democracia. Ano 8, n. 14, 2011.

KOPLIN, Elisa. FERRARETO, Luiz Arthur. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2002.

---

---

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. Ed. Revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação organizacional na era digital**: contexto, percursos e possibilidades. Signo y Pensamiento, v. XXVI, p. 38-51, 2007

MANCUSO, Wagner Pralon; GOZETTO, Ana Cristina Oliveira. Lobby : instrumento democrático de representação de interesses? **Organicom** - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP). Dossiê Lobby, relações governamentais, democracia. Ano 8, n. 14, 2011.

MAINIERI, Tiago. Planejamento da comunicação em contextos organizacionais. In: TUZZO, Simone, A.; TEMER, Ana Carolina R. P (org.). **Assessoria de Comunicação e Marketing**. Goiânia: facomb/UFG, 2013.

MARCHIORI, Marlene. Cultura e comunicação organizacional: uma perspectiva abrangente e inovadora na proposta de inter-relacionamento organizacional. In: MARCHIORI, Marlene (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

PINTO, Julio. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações. In. OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, Ana T. N. (org.) **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

SILVA, Tarcízio. **Para entender o monitoramento de mídias sociais**. E-book. 2012. Disponível em <http://pt.slideshare.net/tarushijio/para-entender-monitoramento-de-midias-sociais>

SOARES, Thiago. Sobre Espacialidades, Marcas e Eventos: Aproximações entre a Semiótica e os Estudos Culturais na Análise de Eventos Culturais Institucionais. **Anais do XX Encontro Anual da Compós**. Porto Alegre, Compós, 2011.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das Fontes**: o difusor do jornalismo corporativo. Brasília: Casas das Musas, 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf>

STASIAK, Daiana. Novas configurações midiáticas para as Assessorias de Comunicação na contemporaneidade. In: In: TUZZO, Simone, A.; TEMER, Ana Carolina R. P (org.). **Assessoria de Comunicação e Marketing**. Goiânia: facomb/UFG, 2013.

TAPSCOTT, Don & TICOLL, David. **A empresa transparente**: como a era da transparência revolucionará os negócios. São Paulo: Makron Books, 2

TERRA, Carolina Frazon; SAAD, Elizabeth Saad; RAPOSO, João Francisco Raposo. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM TEMPOS DE ALGORITMOS E HIPERCONEXÃO DIGITAL. In: **Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 11 a 14 de junho de 2019. [http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos\\_arquivo\\_WD73PP6K2R0HQHEEP334\\_28\\_7658\\_20\\_02\\_2019\\_14\\_11\\_14.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_WD73PP6K2R0HQHEEP334_28_7658_20_02_2019_14_11_14.pdf)

---

Assinatura e Carimbo do Chefe do Departamento  
Programa aprovado em reunião plenária do dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura e Carimbo do Coordenador do Curso  
Programa aprovado em reunião plenária do dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_