



Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

1. Identificação		
1.1. Unidade Acadêmica: Instituto de Cultura e Arte		
1.2. Curso: Jornalismo		
1.3. Nome da Disciplina: Oficina de Assessoria de Comunicação		Código:
1.4. Professor(a):		
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (x) Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: () Semestral (x) Anual () Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64 ha	CH Teórica: 0 ha	CH Prática: 64 ha
2. Justificativa		
A disciplina é um momento de prática laboratorial de comunicação nas organizações capacitando os estudantes para, além da elaboração de produtos e serviços da assessoria de comunicação e de imprensa, o planejamento e a implementação de planos de comunicação.		
3. Ementa		
Elaboração de plano de comunicação. Prática laboratorial de release e sugestão de pauta. Laboratório de entrevista coletiva. Laboratório de clipping. Laboratório de media training. Laboratório de press kit. Laboratório de conteúdos para mídias digitais. Laboratório de redes sociais.		
4. Objetivos – Geral e Específicos		
<u>Geral:</u> Praticar a elaboração dos produtos e serviços da assessoria de comunicação.		
<u>Específicos:</u> Refletir sobre as práticas da assessoria de comunicação; Elaborar e implementar laboratorialmente planos de comunicação; Produzir conteúdos para mídias digitais e redes sociais..		
5. Descrição do Conteúdo/Unidades		Carga Horária
<u>Unidade I:</u> - Plano de comunicação; - Laboratório de releases e sugestão de pauta;		22 ha

<p>- Atendimento à imprensa: follow up, press kit e entrevista coletiva; - Nota oficial e comunicado; - Produtos para meios massivos.</p> <p><u>Unidade II:</u></p> <p>- Laboratório de Media Trainer; - Laboratório de clipping; - Planejamento de comunicação interna;</p> <p><u>Unidade III:</u></p> <p>Laboratório de redes sociais e conteúdos digitais.</p>	<p>20ha</p> <p>22 ha</p>
<p>6. Metodologia de Ensino</p>	
<p>Prática laboratorial. Análise de produtos.</p>	
<p>7. Atividades Discentes</p>	
<p>Desenvolvimento de planos de comunicação e elaboração de produtos comunicacionais.</p>	
<p>8. Avaliação</p>	
<p>Prática laboratorial e discussão dos produtos.</p>	
<p>9. Bibliografia Básica e Complementar</p>	
<p><u>Básica</u></p> <p>DUARTE, Jorge. (Org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>FERRARETTO, Luiz Artur e KOPPLIN, Elisa. Assessoria de imprensa: teoria e prática. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.</p> <p>FENAJ. Manual de Assessoria de Imprensa. Fenaj: São Paulo, 2007.</p> <p>Complementar:</p> <p>LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. Manual de Assessoria de Imprensa. Campos do Jordão: Ed. Mantiqueira, 2006.</p> <p>GARCIA, Maria Tereza. A arte de se relacionar com a imprensa. São Paulo: Novatec, 2004.</p> <p>MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia. São Paulo: Contexto, 2009.</p> <p>KUNSCH, Margarida. Comunicação organizacional: história, conceitos e dimensões.</p> <p>REGO, Francisco G. Torquato do. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Summus, 2014.</p> <p>WENDHAUSEN, Henrique. Comunicação e mediação das ONGs: uma leitura a partir do canal comunitário de Porto Alegre. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.</p>	