



Disciplina: Planejamento da Comunicação Organizacional

Carga horária: 60 horas/aula

Créditos: 4

Código: COM078

Curso: Comunicação Social

Turma: MX

Período Letivo: 2º Semestre de 2016 **Professora:** Fábila Lima

EMENTA:

O conceito de planejamento. Conceito e papel político das assessorias de comunicação. Planejamento da comunicação em diferentes empreendimentos organizacionais. Estudos de caso de planejamento em comunicação.

OBJETIVOS:

- Apresentar ao aluno uma abordagem da estratégia e do planejamento de comunicação contextualizada no ambiente organizacional contemporâneo.
- Proporcionar ao aluno conhecimentos teóricos que o capacite analisar, diagnosticar e propor estratégias de comunicação interna e externa às organizações, mediante o desenvolvimento do planejamento.
- Compreender os níveis e os modelos de planejamento em organizações diversas.
- Aprender os aspectos processuais e estruturais necessários ao desenvolvimento de um planejamento de comunicação organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE I: Introdução ao pensamento estratégico e ao planejamento

- Introdução ao pensamento estratégico e à nova teoria da estratégia
- O conceito e o processo de planejamento estratégico: níveis, processos e aplicações

UNIDADE II: Planejamento da comunicação organizacional

- Pesquisas e diagnóstico organizacional
- Planos, projetos e programas de ação
- Gestão de processos comunicacionais

UNIDADE III: O papel político das assessorias de comunicação

- Demandas sociais e comportamento organizacional
- O papel político das assessorias de comunicação

METODOLOGIA:

Aulas expositivas, seminários, estudos de caso, atividades individuais e em grupo.

RECURSOS INSTRUCIONAIS:

Suporte para o uso de apresentações multimídia.

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

CHIAVENATO, Idalberto e SAPIRO, Arão. O processo estratégico. In: Planejamento Estratégico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.



DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo, Atlas, 2005.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

HENRIQUES, Márcio S.etal. Comunicação e estratégias de mobilização social. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

KUNSCH, Margarida M.K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4ª ed. São Paulo, Summus, 2003.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. Empresas na sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PÉREZ, Rafael Alberto; MASSONI, Sandra. Siete cambios que transformaron la estrategia. In: Hacia una teoría general de la estrategia. Barcelona: Ariel, 2009, p.105-122.

Complementar:

FORTES, Waldyr Gutierrez. Pesquisa institucional. Diagnóstico organizacional para relações públicas. São Paulo, Atlas, 2005.

FRANÇA, Fábio. Públicos; como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP. Yendis Editora, 2004.

HENRIQUES, Márcio Simeone. O planejamento sistêmico da comunicação. Belo Horizonte, 1998 (mimeo).

KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul, SP, Difusão, 2009.

LIMA, Fábila P. A estratégia como prática de comunicação. In: Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 2015, p. 135-143.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (Org.). Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas. B.Hte: FAFICH/UFMG, 2015.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL; Joseph. Safári de estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2000.

AVALIAÇÃO:

A avaliação será feita por meio das seguintes atividades:

- Visita técnica: 20 pontos
- Mapeamento de públicos/diagnóstico: 20 pontos
- Seminário e estudo de caso: 20 pontos
- Participação: 10 pontos
- Trabalho Final: 30 pontos

CRONOGRAMA:

Aula/ Data	Atividades	Referências
1-4 08/08	Aula expositiva: Apresentação da disciplina, plano de ensino, atividades. + Cases Prêmio POP / Belotextil	Unidade I
5-8 22/08	Aula expositiva: O pensamento estratégico Introdução ao pensamento estratégico: perspectiva histórica,	Unidade I



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

	Planejamento estratégico. Níveis de planejamento. Eficiência, eficácia e efetividade. O processo de planejamento estratégico. (CHIAVENATO E SAPIRO; MINTZBERG)	
9-12 29/08	Aula expositiva: A comunicação nas/das organizações. RP e a filosofia da comunicação integrada – KUNSCH / MARQUES; OLIVEIRA	Unidade I
13-16 05/09	INTERCOM / VISITA TÉCNICA	Unidade II
17-20 12/09	Apresentação: visita técnica	Unidades II
21-24 19/09	Aula expositiva: novas abordagens Siete cambios que transformaron la estrategia – PEREZ, MASSONI A estratégia como prática de comunicação - LIMA Definição e posicionamento das relações públicas – GRUNIG, 2009	Unidades I e II
25-28 26/09	Aula expositiva: Planejamento estratégico direcionado para a comunicação organizacional – KUNSCH, 2003 – p.326. Técnicas de pesquisa - Entrevista em profundidade, Etnografia, Pesquisa de opinião, Grupo focal (DUARTE).	Unidade II
29-32 03/10	Aula expositiva: Mapeamento de públicos Determinação do grupo e sua identificação como público (FORTES) / Como construir relacionamentos corporativos eficazes; Por que é estratégica a conceituação... (FRANÇA)	Unidade II
33-36 10/10	Planejamento da comunicação para a mobilização social (HENRIQUES et al)	Unidade II
37-40 17/10	Apresentação/orientação: mapeamento de públicos	Unidade II
41-44 24/10	Apresentação/orientação: diagnóstico	Unidade II
24/05 31/10	Filme: The Corporation	Unidade III
45-48 07/11	Seminário e estudos de caso - O papel político das assessorias de comunicação (OLIVEIRA)	Unidade III
49-52 21/11	Seminário e estudos de caso - O papel político das assessorias de comunicação (OLIVEIRA)	Unidade III
53-56 28/11	Trabalho Final – Plano de Comunicação	Unidades I, II e III
57-60 05/12	Trabalho Final - Plano de Comunicação	Unidades I, II e III