



Disciplina: Planejamento de Comunicação

Código: COM 094

Turma: (consultar quadro)

Carga horária: 60 horas/aula

Créditos: 4

Classificação: -

Curso: Turismo

Pré-requisito: -

Período Letivo: 2016/2

Aulas: 4ª feira / 13h30 às 17h10

Professor(a): Camila Mantovani

EMENTA

Planejamento estratégico e operacional de processos comunicacionais. Aplicação de técnicas publicitárias, de relações públicas e de comunicação dirigida.

OBJETIVOS

- Apresentar ao aluno uma abordagem do planejamento de comunicação contextualizada no campo do turismo.
- Proporcionar ao aluno conhecimentos teóricos e práticos que o capacitem a analisar, diagnosticar e propor estratégias de comunicação mediante o desenvolvimento do planejamento.
- Compreender os níveis e os modelos de planejamento.
- Aprender os aspectos processuais e estruturais necessários ao desenvolvimento de um planejamento de comunicação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I: Comunicação Estratégica

- Introdução aos estudos de comunicação
- Planejamento estratégico no contexto da comunicação organizacional
- Planejamento de comunicação para desenvolvimento de produtos e serviços

UNIDADE II: Técnicas e processos de comunicação estratégica on e off-line

- Relações Públicas e técnicas de comunicação dirigida
- Princípios de publicidade e propaganda e branding
- Jornalismo, assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia
- Planejamento da comunicação em turismo

UNIDADE III: Turismo, comunicação e mídias digitais

- O turismo como narrativa contemporânea
- Produção e acesso à informação nos contextos de lazer e aventura
- Interações em movimento: do guia de bolso aos aplicativos móveis



METODOLOGIA

Aulas expositivas, seminários, visitas técnicas, atividades individuais e em grupo.

AVALIAÇÃO

A avaliação será feita por meio das seguintes atividades:

- Trabalhos individuais ou em grupo: 70 pontos.
 - Pré-projeto aplicativo – 10 pts
 - Roteiro para pesquisa de necessidades – 10 pts
 - Prova – 20pts
 - Entrega e Apresentação pesquisa de necessidades – 20pts
 - Estudo Dirigido – 10 pts
- Trabalho conclusivo: 30 pontos.

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA:

Aulas	Atividades	Referências
1 03/08	Apresentação do plano de ensino e cronograma de atividades; Aula expositiva: Introdução aos estudos da comunicação <ul style="list-style-type: none">• Paradigmas da Comunicação_Conhecer o quê? (FRANÇA, 2001)	Unidade I
2 10/08	Parte 1: Aula expositiva: revisão aula anterior Parte 2: Aula expositiva: Introdução ao planejamento estratégico Planejamento e gestão estratégica (KUNSCH, 2006)	Unidade I
3 17/08	Aula expositiva: Planejamento de comunicação para desenvolvimento do produtos <ul style="list-style-type: none">• Design de Experiência (FREIRE, 2009)• Atividade 1: Conceituação inicial do aplicativo	Unidade I e II
4 24/08	Aula expositiva: Planejamento de comunicação para desenvolvimento de produtos <ul style="list-style-type: none">• Estudo de caso• Atividade 2: Preparação da pesquisa - elaboração do filtro e roteiro de entrevistas	Unidade II
5 31/08	Aula expositiva: Relações Públicas e técnicas de comunicação dirigida <ul style="list-style-type: none">• Definição e posicionamento das relações públicas; Relações Públicas nos processos de gestão estratégica – GRUNIG, 2009	Unidades II



	Relações Públicas e técnicas de comunicação dirigida – GRUNIG, 2009. (cap. 1, 2, 3; 17-111) - Exibição do Documentário_Abraço Corporativo	
07/09 FERIADO	FERIADO	
6 14/09	SEM. 1: Princípios de publicidade e propaganda <ul style="list-style-type: none">• Introdução ao estudo da propaganda; Prática da publicidade; Agência de publicidade – SANTANA ET al, 2010 Discussão: A imagem do Brasil Análise e desconstrução de uma peça publicitária	Unidade III
7 21/09	SEM. 2: Planejamento de mídia <ul style="list-style-type: none">• Uma breve introdução sobre mídia; Estrutura do plano de mídia – SANT’ANNA, 2010 Parte 2: <ul style="list-style-type: none">• Alinhamento da etapa de pesquisa para desenvolvimento do aplicativo	Unidade III
8 28/09	SEM. 3: Eventos e turismo <ul style="list-style-type: none">• O processo de comunicação; O evento como estratégia de MKT turístico; O evento como atividade socioeconômica; Captação de eventos; Processo de planej. evento; Estrutura do receptivo turístico; Organização de eventos municipais – BRITTO; FONTES, 2002. <ul style="list-style-type: none">• Atividade 3: Estudo de caso – Megaeventos	Unidade III
9 05/10	SEM. 4: Jornalismo, assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia ASSESSORIA DE IMPRENSA <ul style="list-style-type: none">• Procedimentos de trabalho; Formas usuais de relacionamento com a imprensa; A imprensa vem até você; Erros mais comuns; situações de crise – MAFEI, 2004• Comunicação empresarial e gerenciamento de crise – LUCAS, 2004	Unidade III
12/10 FERIADO	FERIADO	
10 19/10	Atividade Avaliativa - PROVA	
11 26/10	Aula expositiva: Comunicação, turismo e mídias digitais Era da Mobilidade <ul style="list-style-type: none">• Paradigma da mobilidade (URRY) Apresentação: Pesquisa de Necessidades para Desenvolvimento de Aplicativo	Unidade III
02/11 FERIADO	FERIADO	



12 09/11	Aula expositiva: Turismo como narrativa contemporânea <ul style="list-style-type: none">• Não-lugares (AUGÉ)• Turistas e vagabundos (BAUMAN)• Nomadismo (MAFESOLLI) Discussão: Informação, Interação e Mobilidade (MANTOVANI e MOURA, 2012)	Unidade III
13 16/11	Aula expositiva: Produção e acesso à informação nos contextos de lazer e aventura <ul style="list-style-type: none">• Comunicação Turística (BALDISSERA, 2007)• Marca Brasil (FUMAGALLI, 2014) Discussão: Dos guias de bolso aos aplicativos para celulares.	Unidade III
14 23/11	Trabalho final: Planejamento da comunicação em turismo / aplicativo	Unidades I, II e III
15 30/11	Trabalho final: Planejamento da comunicação em turismo / aplicativo	Unidades I, II e III

BIBLIOGRAFIA

Básica

- BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. *Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- FRANÇA, Vera. Paradigmas da Comunicação : conhecer o quê?. In: *Revista Ciberlegenda*. Edição Especial, n.5, 2001.
- FREIRE, Karine. Reflexões sobre o conceito de design de experiência. In: *Strategic Design Research Journal*, v.2, n.1, jan-jun. 2009.
- KUNSCH, Margarida M.K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4ª ed. São Paulo, Summus, 2003.
- MAFEI, Maristela. *Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia*. São Paulo: Contexto, 2004.
- OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida de. *O que é comunicação estratégica nas organizações*. São Paulo: Paulus, 2007.
- SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando D. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. 8ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Complementar:

- AUGÉ, Marc . Los no lugares: espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Barcelona: Gedisa, 2000. 125p.
- BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Turística. In: *Anais do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (Intercom) da Região Sul – Passo Fundo/RS. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0492-1.pdf>> Acessado em jan. 2016
- _____. Comunicação organizacional e gestão de marca: redes de organizações por articulação conceitual. In: *Anais do XXIII Encontro Anual da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Belém/ PA, 2014. Disponível em <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT07_COMUNICACAO_EM_CONTEXTO>



- S_ORGANIZACIONAIS/roacbaldisserafinall_2196.pdf> Acesso em jan. 2016
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: As Conseqüências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999. 146p.
- CHIAVENATO, Idalberto e SAPIRO, Arão. O processo estratégico. In: *Planejamento Estratégico*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CORRÊA, Elizabeth Saad. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos. In: *Revista Organicom*, v2, n.3, 2005.
- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação/a comunicação como objeto. In: _____
- HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., FRANÇA Vera Veiga (Org.). *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 2003. p. 39-59.
- GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.
- LUCAS, Luciane. *Com credibilidade não se brinca*. São Paulo: Summus, 2004.
- MANTOVANI, C., MOURA M.A. Informação, Interação e Mobilidade. In: *Informação & Sociedade*, v.17, n.2, 2012.
- NAKAMURA, Rodolfo. *Mídia: como fazer um planejamento de mídia na Prática*. São Paulo: Farol do Forte, 2009.
- WINKIN, Yves. *A nova comunicação*. Campinas-SP: Papyrus, 1998.