

Plano de Disciplina

I. Dados de Identificação:

Escola Superior de Relações Públicas

1. Nome da disciplina: Planejamento de Comunicação

2. Curso: Assessoria de Comunicação

3. Professora: Christianne Alcântara de Brito – MSc

4. Carga Horária: 32 horas-aula, as terças e quintas-feiras

5. Período: 25 de março a 22 de abril de 2010 (4 horas-aula/dia, 08 dias letivos)

II. Ementa

O que é Planejamento. O que é Comunicação. O Planejamento de Comunicação. Planejamento e Assessoria de Comunicação. O público-alvo: a essência do planejamento. Planejamento e gerenciamento de crise. Planejando em uma sociedade globalizada. Planejamento e convergência midiática.

III. Justificativa

Planejar é, antes de tudo, acreditar que a eficácia depende do modo de agir. Planejamento de Comunicação é uma ferramenta para se chegar a resultados específicos, previamente definidos. Sendo assim, o planejamento é fundamental para a assessoria de comunicação. Com ele, pode-se diagnosticar e prever situações.

O estudo de planejamento é um dos requisitos para uma comunicação eficaz e para uma assessoria bem sucedida. A teoria e a prática de planejar oferecem um diferencial ao assessor dentro do mercado.

Além disso, em uma sociedade globalizada, onde a convergência midiática já é um fato, planejar envolve, além da elaboração de planos e programas, a capacidade criativa do assessor.

Dessa forma, uma disciplina em Assessoria que trate de planejamento é essencial para a formação do (a) aluno (a) que pretende dedicar-se profissional e academicamente à área. Representa uma conexão entre o curso de Assessoria de Comunicação e as demandas da sociedade, levando o (a) aluno (a) a uma reflexão importante sobre o próprio papel do assessor nos dias atuais.

IV. Objetivo Geral

Introduzir o (a) aluno (a) em uma discussão teórica, sempre associada a uma abordagem prática quanto à importância do planejamento em comunicação e sua relevância para eficácia do trabalho de assessoria.

V. Objetivos Específicos da disciplina

- V.I. Ilustrar para o(a) aluno(a) a teoria do Planejamento de Comunicação;
- V.II. Analisar o planejamento como ferramenta de resultados para o trabalho de assessoria;
- V.III. Debater o papel que o planejamento desempenha atualmente na assessoria de comunicação.

VI. Conteúdo Programático

Conteúdo	Carga Horária
VI. I. O QUE É PLANEJAMENTO <ul style="list-style-type: none"> • O CONCEITO • ESTRATÉGIA 	04
VI. II. O QUE É COMUNICAÇÃO <ul style="list-style-type: none"> • O CONCEITO • A DIFERENÇA ENTRE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO 	04
VI. III. O PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO <ul style="list-style-type: none"> • PLANOS E PROGRAMAS • A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO 	04
VI. IV. PLANEJAMENTO E ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO <ul style="list-style-type: none"> • PLANEJAMENTO: A FERRAMENTA DA COMUNICAÇÃO • A NECESSIDADE DE PLANEJAMENTO EM TRABALHOS DE ASSESSORIA 	04
VI.V. O PÚBLICO-ALVO: A ESSÊNCIA DO PLANEJAMENTO	

<ul style="list-style-type: none"> • IDENTIFICANDO O PÚBLICO-ALVO • DEFININDO AONDE SE QUER CHEGAR 	04
VI. VI. PLANEJAMENTO E GERENCIAMENTO DE CRISE	04
<ul style="list-style-type: none"> • O QUE É CRISE • A IMPORTÂNCIA DE PLANEJAR PARA GERENCIAR 	04
VI. VII. PLANEJANDO EM UMA SOCIEDADE GLOBALIZADA	04
<ul style="list-style-type: none"> • O QUE É UMA SOCIEDADE GLOBALIZADA • DINÂMICA DA SOCIEDADE E PLANEJAMENTO • PLANEJAMENTO E CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA 	04
	32

VII. Procedimentos Metodológicos

VII. I. Estratégias de Ensino – Aprendizagem

Estratégias	Observações
Aulas expositivas	A teoria ilustrada por exemplos do nosso cotidiano;
Atividades em grupo	Leitura, audição e análise dos veículos de comunicação;
Oficinas de texto	Em sala de aula, dinâmicas para estimular a análise crítica dos alunos;
Debates	Palestras de Convidados

VII. II. Recursos de Ensino

Tipos	Observações
Recursos audiovisuais; Data show; Trechos dos livros-texto; Matérias e reportagens.	Tais recursos proporcionarão o suporte necessário para o ministério das aulas. Destacamos os trechos de publicações impressas como base teórica e objeto de estudo.

VIII. Avaliação do Processo Ensino – Aprendizagem

Elaboração de pesquisa e apresentação de trabalho escrito obedecendo às normas da ABNT.

IX. Bibliografia Básica

1. BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
2. BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo: Manole, 2002;
3. HERMAN, EDWARD & CHOMSKY, NOAM. **A manipulação do público**. São Paulo: Futura, 2003.
4. MESQUITA, M. **O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea**. Coimbra: Minerva, 2004.
5. RAMONET, I. O poder midiático. In: MORAES, D. (org.). **Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
6. TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação: Organizacional e Política**. São Paulo: Thomson Pioneira 2002.