



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE REGISTRO ESCOLAR

Programa Analítico de Disciplina

**COM382 Laboratório de Assessoria de Comunicação e
Imprensa**

Departamento de Comunicação Social - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Número de créditos: 6		<u>Teóricas</u>	<u>Práticas</u>	<u>Total</u>
Duração em semanas: 15	Carga horária semanal	2	4	6
Períodos - oferecimento: I	Carga horária total	30	60	90

Pré-requisitos (Pré ou co-requisitos)*

Ementa

Estudo das diretrizes gerais do Assessoramento em Comunicação Social, seus conceitos e variações. Análises das técnicas e atividades comunicacionais de ligação entre entidades, indivíduos, instituições ou produtos e o público. Produtos e serviços das assessorias de imprensa. A administração de informação em prol da construção, manutenção ou reposicionamentos de imagem. Processos de gestão de identidade. Utilização de resultados de pesquisas de mercado de avaliação da satisfação e aceitação de produtos e serviços ou imagens públicas, como ferramenta de divulgação em mídia espontânea. A Comunicação empresarial e o endomarketing. Jornalismo empresarial.

Oferecimento aos Cursos

Curso	Modalidade	Período
Comunicação Social - Jornalismo(JOR)	Obrigatória	5



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE REGISTRO ESCOLAR

**COM382 Laboratório de Assessoria de Comunicação e
Imprensa**

Seq	Aulas Teóricas	Horas/Aula
1	<p>Estudo das diretrizes gerais do Assessoramento em Comunicação Social, seus conceitos e variações</p> <ol style="list-style-type: none">1.1. Assessoria de Comunicação e Imprensa.1.2. O papel das atividades dentro do contexto da comunicação.1.3. Conduta ética do assessor.1.4. Delimitação de funções e áreas em Assessorias de Comunicação e Imprensa.1.5. A trajetória da atividade ao longo dos tempos.1.6. Como se relacionar com a mídia.1.7. O atendimento à imprensa.1.8. Administração de Crises.1.9. Estruturas das Assessorias.<ol style="list-style-type: none">1.9.1. Espaço Físico.1.9.2. Recursos materiais.1.9.3. Recursos humanos.1.9.4. Redação	4
2	<p>Análises das técnicas e atividades comunicacionais de ligação entre entidades, indivíduos, instituições ou produtos e o público</p> <ol style="list-style-type: none">2.1. Atividades habituais.2.2. Rotina do setor.2.3. Planejamentos estratégicos e permanentes.2.4. Organização dos planos organizacionais.<ol style="list-style-type: none">2.4.1. Etapas.2.4.2. Estrutura.2.4.3. Redação.2.4.4. Delimitações de funções internas.2.5. Responsabilidades cotidianas.<ol style="list-style-type: none">2.5.1. Etapas.2.5.2. Conhecimento profundo dos universos aos quais vai permanentemente se reportar ou representar.2.5.3. Manutenção permanente e atualização das listagens das fontes e dos jornalistas e veículos interesse.2.5.4. Manutenção arquivos dos produtos da AI.2.5.5. Manutenção de acesso prioritário ao banco de dados.2.5.6. Elaboração e o atendimento de respostas a questionários.2.5.7. Visão atualizada e atenta às tendências de mercado e\ou da área que está assessorando.	4
3	<p>Produtos e serviços das assessorias de imprensa</p> <ol style="list-style-type: none">3.1. Releases de imprensa<ol style="list-style-type: none">3.1.1. Tipos	4



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE REGISTRO ESCOLAR

	<ul style="list-style-type: none">3.1.1.1. Padrão3.1.1.2. De opinião3.1.1.3. Dirigido3.1.1.4. Especial3.1.1.5. Artigo3.1.1.6. Rádio e TV3.1.1.7. Convocação3.1.1.8. Cobertura3.1.1.9. Nota Oficial3.1.1.10. Comunicado3.1.2. Técnicas3.1.3. Formatos3.1.4. Apresentação3.1.5. Componentes essenciais3.2. Sugestões de pautas3.3. Clipping3.4. A internet<ul style="list-style-type: none">3.4.1. A intranet3.4.2. Home pages3.5. Contatos3.6. Artigos Eletrônicos3.7. Fotografias3.8. Publicações gerais3.9. Press Kits3.10. Cursos, palestras e seminários (internos), como forma de compreender o que é, objetivos e como funciona uma AI3.11. House organs - Jornalismo Empresarial<ul style="list-style-type: none">3.11.1. Produção e difusão<ul style="list-style-type: none">3.11.1.1. Jornais3.11.1.2. Revistas3.11.1.3. Newsletters3.11.1.4. Boletins3.11.1.5. Boletins Eletrônicos3.11.1.6. Tiragem3.11.1.7. Textos3.11.1.8. Qualidade gráfica3.11.1.9. Veículos eletrônicos3.12. Organização de entrevistas<ul style="list-style-type: none">3.12.1. Coletivas3.12.2. Individuais3.12.3. Exclusivas3.13. Bancos de dados e Mailling list3.14. Mídia training	
4	<p>A administração de informação em prol da construção, manutenção ou reposicionamentos de imagem</p> <ul style="list-style-type: none">4.1. Clássicas (recortes mensurados).4.2. Súmulas (por assuntos).4.3. Sinopses (por resumos).4.4. Análises (por teor).4.5. Mídia espontânea.4.6. Mídia provocada.	4



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE REGISTRO ESCOLAR

	4.7. Relatórios de Atividade	
5	Processos de gestão de identidade 5.1. Gestão de Assessorias. 5.2. Planejamento. 5.3. Políticas. 5.4. Planos. 5.5. Estratégias. 5.6. Etapas do planejamento. 5.7. Estrutura do plano	4
6	Utilização de resultados de pesquisas de mercado de avaliação da satisfação e aceitação de produtos e serviços ou imagens públicas, como ferramenta de divulgação em mídia espontânea	4
7	A Comunicação empresarial e o endomarketing	2
8	Jornalismo empresarial 8.1. Jornais de empresa	4



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE REGISTRO ESCOLAR**

COM382 Laboratório de Assessoria de Comunicação e

**COM382 Laboratório de Assessoria de Comunicação e
Imprensa**

Seq	Aulas Práticas	Horas/Aula
1	Preparação e apresentação de seminários com base em observações e pesquisas documentais em obras de autores indicados para a disciplina	20
2	Exercício de atividades de consultoria em Assessoria de Comunicação e/ou Imprensa, com base nas técnicas estudadas e nos autores utilizados nos conteúdos da disciplina	20
3	Preparação e apresentação de estudos de casos em Assessorias Reais de Assessoria de Comunicação e/ou Imprensa	20



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PRÓ REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE REGISTRO ESCOLAR**

COM382 Laboratório de Assessoria de Comunicação e

Imprensa

Referências Bibliográficas

Bibliografia Básica:

- 1 - CHINEM, Rivaldo. Assessoria de Imprensa - Como Fazer. São Paulo: Summus Editorial, 2003. [Exemplares disponíveis: 2]
- 2 - FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS. Manual de assessoria de imprensa. Brasília [Exemplares disponíveis: Não informado.]
- 3 - KOPPLIN, Elisa & FERRARETTO, Luiz. Assessoria de imprensa - teoria e prática. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000. [Exemplares disponíveis: 4]
- 4 - TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação empresarial/comunicação institucional. São Paulo: Summus Editorial, 1986. [Exemplares disponíveis: Não informado.]
- 5 - TORQUATO, Gaudêncio. Jornalismo empresarial - Teoria e Prática - 4ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1987. [Exemplares disponíveis: Não informado.]
- 6 - TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de comunicação organizacional e política São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. [Exemplares disponíveis: 2]

Bibliografia Complementar:

- 7 - CAHEN, Roger. Tudo que os seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial. São Paulo: Editora Best Seller, 1990. [Exemplares disponíveis: 1]
- 8 - GOHN, Maria da Glória. Mídia, Terceiro Setor e MST - Impactos sobre o futuro das cidades e do campo. Petrópolis: Editora Vozes, 2000 [Exemplares disponíveis: 1]
- 9 - LIMA, Gerson Moreira. Releasmania - uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil. São Paulo: Summus Editorial [Exemplares disponíveis: Não informado.]
- 10 - LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. Manual de Assessoria de Imprensa. Campos do Jordão: Ed. Mantiqueira, 2002 [Exemplares disponíveis: 2]
- 11 - VIANA, Francisco. De cara com a mídia- Comunicação corporativa relacionamento e cidadania. São Paulo: Negócio Editora, 2001. [Exemplares disponíveis: 1]
- 12 - VILLELA, Regina. Quem tem medo da imprensa? Como e quando falar com jornalistas. Rio de Janeiro: Editora Campus 1999. [Exemplares disponíveis: 1]