|  |
| --- |
|  ***Estrutura Curricular (EC)*** |
| Formulário nº 13 – ***Especificação da Disciplina/Atividade***  |
| **Conteúdo de estudos** |
| Assessoria de Imprensa |
| Nome da Disciplina/Atividade | Código | Criação ( ) |
| Assessoria de Imprensa | GCO 00257 | Alteração: nome ( ) CH ( ) |
| Departamento/Coordenação de Execução: DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL |
| Carga Horária total: Teórica: 60H Prática: Estágio:  |
| Disciplina/Atividade: Obrigatória ( X ) Optativa ( ) AC ( ) |
| Objetivos da Disciplina/Atividade: |
| Levar o aluno a conhecer as especificidades do trabalho das assessorias de imprensa, de forma a desfazer mitos e preconceitos, e sua relação com os diferentes veículos de comunicação e profissionais de redação. |
|  |
| Descrição da Ementa: |
| O papel das assessorias de imprensa em empresas privadas, órgãos governamentais e outras instituições. Press-release: a apuração de informações internas para serem enviadas aos veículos de comunicação; técnicas de redação; atualização; adaptação a veículos específicos. Contatos com repórteres e editores. Preparação de entrevistas coletivas e de *briefings*. Cliping e sinopses de informações publicadas. Relatórios de resultados. Planejamento estratégico de comunicação. |
|  |
| Bibliografia Básica: |
| CARVALHO, Cláudia e REIS, Lea Maria Aarão, **Manual Prático de Assessoria de Imprensa**. Rio de Janeiro: Elservier, 2009.DUARTE, J. (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**, 4ª ed., São Paulo: Atlas, 2011.KOPPLIN, Elisa e FERRARETO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 4a ed., Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000. LIMA, Gerson Moreira. **Releasemania – uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil**. São Paulo: Summus, 1985. |
|  |
| Bibliografia Complementar: |
| BAHIA, J. **Introdução à Comunicação Empresarial**, Rio de Janeiro: Mauad, 1995.LOPES, Boanerges, **Abaixo o Nada a Declarar!**. Rio de Janeiro: Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro, 1998.BRAGA, F.A.P. **Manual de Comunicação Empresarial,** Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, Secretaria especial de Comunicação Social, 2004.KUNSCH, M.M.K (org.), **Obtendo resultados com relações públicas**, São Paulo: Pioneira, 1997.NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2000.NOGUEIRA, Nemercio, **Media Training: Melhorando as relações da empresa com os jornalistas**. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.RABAÇA, C.A. e BARBOSA, G.G**. Dicionário de Comunicação**, 4ª ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2001. TORQUATO, G. **Cultura, Poder, Comunicação e Imagem: fundamentos da nova empresa**, São Paulo: Pioneira, 1992 (4ª reimpressão).TORQUATO, G. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**, Thomson, São Paulo: 2002TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo empresarial: teoria e prática**. S.Paulo, Summus, 1987. 3ª ed.VAZ, Gil Nuno, **Marketing Institucional: o mercado de idéias e de imagens**. Sao Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. |

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_CoordenadorData \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Chefe de Depto/CoordenadorData \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ |