



Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

As organizações, sejam elas públicas ou privadas, necessitam comunicar-se com seus públicos internos e externos, de maneira integrada, a fim de manter sólida e coerente reputação frente a esses. Nesse contexto, desponta o profissional de jornalismo como um importante ator para a consolidação da imagem de uma instituição. A disciplina se justifica por fornecer ao estudante os conhecimentos teóricos básicos acerca de uma importante área de atuação jornalística. Ao conhecer os fundamentos da comunicação organizacional, dominar as técnicas de planejamento estratégico comunicacional e as ferramentas de como implementá-lo, o(a) estudante estará apto a avançar no estudo e na prática da assessoria de comunicação e de imprensa.

1. Identificação		
1.1. Unidade Acadêmica: Instituto de Cultura e Arte		
1.2. Curso(s): Jornalismo		
1.3. Nome da Disciplina: Comunicação Organizacional		Código: ICA 1411
1.4. Professor(a):		
1.5. Caráter da Disciplina: (x) Obrigatória () Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (x) Semestral () Anual (x) Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 32h/a	CH Teórica: 32h/a	CH Prática: 0 h/a
2. Justificativa		
3. Ementa		
Origem, princípios e modalidades de comunicação organizacional. Dimensões da comunicação organizacional integrada e estratégica. Gerenciamento de crises na comunicação de organizações. Etapas do planejamento em comunicação. Comunicação organizacional digital. Redes Sociais como canais de comunicação e relacionamento com o público.		
4. Objetivos – Geral e Específicos		
Objetivo geral: Fornecer ao estudantes os conhecimentos fundamentais da comunicação organizacional, a fim de prepara-lo à avançar nos estudos e na prática de assessoria de comunicação.		
Objetivos específicos: Conhecer as principais correntes de estudos e análise da comunicação organizacional Compreender as dimensões da comunicação integradas Conhecer as etapas de elaboração de um plano de comunicação organizacional		

5. Descrição do Conteúdo/Unidades	Carga Horária
1. Origem e princípios da Comunicação Organizacional 1.1 Correntes de comunicação organizacional: do empresarial ao organizacional 1.2 Fases da comunicação organizacional no Brasil 1.3. Modalidades de comunicação organizacional: institucional, mercadológica, interna e administrativa 2. Comunicação organizacional estratégica 2.1 Dimensões da comunicação organizacional: a perspectiva integrada de comunicação 2.2 Pesquisa e planejamento em comunicação 2.3 Ferramentas de monitoramento de resultados 2.4. Imagem institucional: análise de casos. 3. Comunicação Organizacional digital 3.1 Comunicação digital nas organizações 3.2 Métricas no planejamento e avaliação da comunicação 3.3 Redes Sociais como um espaço de divulgação e relacionamento com os públicos 4. Planejamento de comunicação 3.1 Pré-plano de comunicação 3.2 Plano estratégico 3.3 Plano tático	08h/a 08h/a 08h/a 08h/a
6. Metodologia de Ensino	
Aulas expositivas, leituras orientadas, estudo de casos.	
7. Atividades Discentes	
Participação nas aulas, leituras e estudos dirigidos.	
8. Avaliação	
Seminário. Trabalhos dirigidos. Análise de casos.	
9. Bibliografia Básica e Complementar	
Bibliografia básica: BUENO, W. C. Comunicação empresarial: da rádio peão às mídias sociais. São Bernardo do Campo, SP: Universidade Metodista, 2014. FÉLIX, Joana D'arc Bicalho. (Org) Comunicação estratégica e integrada: a visão de renomados autores de cinco países. Brasília: Ed Rede Integrada, 2020. KUNSCH, M. M. K.. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 5. ed. rev. São Paulo: Summus Editorial, 2002. KUNSCH, M. M. K. (Org). Comunicação organizacional. São Paulo, SP: Saraiva, 2009. Bibliografia Complementar:	

DIAS, R. Cultura organizacional: construção, consolidação e mudanças. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

DUARTE, J. (org). Comunicação pública: estado, mercado e interesse público. 2.ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2009.

FLEURY, M. T. L; FISCHER, R. M. Cultura e poder nas organizações. 2.ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

KARAWHI, I; TERRA, C. F. Planejamento Estratégico em Comunicação Digital: apontamentos e possibilidades entre a teoria e a prática. In Comunicação & Inovação. Vol. 22. N. 40, 2021. Disponível em:
<https://www.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscador.html?q=all%3Acontains%28Planejamento+Estrat%C3%A9gico+em+Comunica%C3%A7%C3%A3o+Digital%3A+apontamentos+e+possibilidades+entre+a+teoria+e+a+pr%C3%A1tica%29&mode=advanced&source=all>

TERRA, C. [A “buzzfeedização” da comunicação das organizações no ambiente digital](#). RuMoRes, /S. l./, v. 10, n. 20, p. 152–171, 2016. Disponível em:
<https://www.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscador.html?task=detalhes&source=all&id=W2591181398>

10. Conteúdo programado