

EMENTA DE CURSO ON-LINE

1. **Nome do curso:** Comunicação Alta Performance
2. **Objetivo Geral:** Habilitar os participantes na compreensão do composto da comunicação organizacional e sua convergência nos órgãos da administração pública.
3. **Carga Horária:** 20 horas/aula.
4. **Conteúdo Programático:**
 1. O fenômeno
Modelos
Algumas teorias
Gêneros
Breve histórico
 2. Tipos de comunicação
Corporal
Oral
Escrita
Impressa
Eletrônica
 3. Comunicação Organizacional
Coordenação
Conflitos
 4. Comunicação Integrada
Planejamento
Modelos: Institucional, Mercadológica, Interna e Administrativa
Mix ou Composto
Estratégias
Ferramentas
Ruído
Tipos de Campanhas
Programas
Pesquisas Quantitativa e Qualitativa
 5. Relações públicas
 6. Publicidade e Propaganda
 7. Assessoria de Imprensa

8. A Notícia
9. Ética
10. Administração de Crise
11. Organização de Entrevistas

5. Metodologia:

Metodologia de Ensino: As aulas serão baseadas em exposições dialogadas e prática com os aplicativos Microsoft Teams. O curso será realizado com uso da ferramenta Microsoft Teams, uma plataforma unificada de comunicação e colaboração que combina bate-papo, videoconferências, armazenamento de arquivos. O tutor e alunos estarão no mesmo horário na plataforma, sendo a aula transmitida ao vivo e ficando também uma gravação para quem desejar assistir novamente. O aluno terá acesso a apostila também dentro da ferramenta Microsoft Teams.

Metodologia de Avaliação de Aprendizagem: Ao término do curso, os alunos serão avaliados na própria ferramenta Microsoft Teams por meio de prova online com 10 (dez) questões, sendo 01 (um) ponto por questão, cuja nota mínima para aprovação do curso é 07 (sete) pontos. A primeira prova estará disponível no 1º dia útil imediatamente posterior ao fim do curso. A segunda prova (opcional e de recuperação de nota) estará disponível no 2º dia útil imediatamente posterior ao fim do curso. A chamada será feita no horário da aula ao vivo por meio de recursos da ferramenta Microsoft Teams.

6. Bibliografia:

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. Assessoria de Imprensa: teoria e prática. São Paulo: Summos Editorial, 2009.

KUNSCH; Krohling, Margarida Maria; Planejamento de relações públicas na comunicação integrada, São Paulo: Summos Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. Ideologia e Técnica da Notícia. Petropolis: Editora Vozes, 1979.

LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. São Paulo: Editora Ática, 1993.



MELLO, Ricardo. Comunicação de Interesse Público. Recife: Editora Massangana, 2004.

MORAES, Dênis (org.). Sociedade Miatizada. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda., 2006.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2008

RABAÇA, Carlos; Barbosa, Gustavo. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2002.

RICHERS, Raimar. O que é Marketing, Brasília, Editora Brasiliense, 1996.