



## Ementa de Curso

1. **Nome do curso:** Comunicação de alta performance
  
2. **Objetivo Geral:** Habilitar os servidores na compreensão do composto da comunicação organizacional e sua convergência nos órgãos da administração pública.
  
3. **Carga Horária:** 20 horas/aula
  
4. **Conteúdo Programático:**
  - A comunicação como um processo básico primário,
  - Modelos de comunicação
  - Algumas teorias
  - Gêneros de comunicação
  - Um pouco da história da comunicação humana
  - Tipos de comunicação
  - Comunicação corporal
  - Comunicação oral
  - Comunicação manuscrita
  - Comunicação impressa
  - Comunicação eletrônica
  - As três funções do processo comunicativo por Lasswell:
  - Processo comunicacional
  - Introdução à comunicação organizacional;
  - Coordenação das atividades de comunicação;
  - Conflitos nos canais formais e informais;
  - Comunicação integrada;
  - O planejamento estratégico na comunicação integrada;
  - As diferentes modalidades de comunicação: comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação administrativa;
  - Mix ou composto da comunicação organizacional;



Estratégias e táticas de comunicação; sinergia comunicativa; os stakeholders (públicos diversos);  
Ferramentas da comunicação institucional: as relações públicas, o jornalismo empresarial, a assessoria de imprensa, a publicidade/propaganda institucional, a imagem e a identidade corporativa, o marketing social, o marketing cultural e a editoração multimídia;  
Conceito de informação;  
Processos da comunicação interna; a reputação organizacional;  
Os ruídos comunicacionais;  
Tipos de campanhas da comunicação interna: de conscientização, incentivo e motivação;  
Os programas de conteúdo social, cultural e esportivo; publicações eletrônicas e digitais; ouvidoria Interna; tipos de pesquisa: qualitativa e quantitativa; Elementos da comunicação administrativa;  
Atividades específicas de relações públicas;  
Distinções entre publicidade e propaganda;  
Atributos; fluxo e controle da comunicação (taxação);  
Jornalismo empresarial (*boletins informativos*);  
As funções e atividades do assessor de imprensa;  
Conceitos de notícia; a conduta e prática ética do assessor de imprensa;  
O planejamento da assessoria de comunicação;  
Checklist (diário, semanal e mensal);  
Estrutura do plano de comunicação;  
Assessoria de imprensa e Estado;  
Administração de crises;  
As relações do assessor de imprensa com o jornalista;  
Infraestrutura da AI (Assessoria de Imprensa);  
Organizações de entrevistas e coletivas;

## 5. Metodologia:

### **Metodologia de Ensino:**

Aulas expositivas com debate e trabalhos em grupo.

### **Metodologia de Avaliação de Aprendizagem:**

Avaliação contínua e apresentações de solução de problemas em sala de aula.



## 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 Midiatizada**. 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.