

PLANO DE ENSINO
2016.1

Teorias de Comunicação e Audiência	
Módulo A	Carga Horária: 50 h
Ementa	Compreensão da relevância da Comunicação, definindo os seus objetivos, avaliando resultados, institucionalizando conceitos referentes as políticas de comunicação, interagindo com o público interno e externo. O conhecimento adquirido contribui em competências e habilidades relacionadas ao desenvolvimento de projetos de comunicação em diferentes mídias, além da atuação em equipes multidisciplinares, promovendo eventos e utilizando estratégias de gestão e marketing. Conhecimento de mídias sociais e sua relação com a comunicação.
Conteúdo	Processos de comunicação: conceitos fundamentais e aplicações práticas. As diversas correntes teóricas. Transformações históricas e sociais, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase no período contemporâneo. Endomarketing. Marketing de relacionamento. Ações promocionais de vendas. Merchandising no ponto de venda. Marketing direto. Propaganda. Mídias sociais. Pós-venda. Relações públicas.
Bibliografia Básica:	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa. São Paulo: Manole, 2003. KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006. BELCH, Michael A.; BELCH, George E. Propaganda e Promoção - Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2008. 936p. DELOUYA, Daniel. Acerca da comunicação: entre Freud (1895) e Klein (1946). <i>Ágora</i> (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, jun. 2002. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982002000100006&lng=pt&nrm=iso Acesso em 08 mar. 2013.
Bibliografia Complementar:	SCOTT, David Meerman. Marketing e comunicação em tempo real. São Paulo: Évora, 2011. CHINEM, Rivaldo. Introdução à comunicação empresarial. São Paulo: Saraiva, 2010.

	OGDEN, James R.. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. Nova York: Prentice Hall Ptr, 2002. THOMAZ, José Carlos; BRITO, Eliane Pereira Zamith. Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 14, n. 2, abr. 2010 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552010000200004&lng=pt&nrm=iso Acesso em 08mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552010000200004. PIMENTA, Márcio Lopes; SILVA, Andrea Lago da; YOKOYAMA, Marcos Hideyuki. Integração entre logística e marketing: fatores críticos na perspectiva de interação e colaboração. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre,v. 17, n. 3, dez. 2011 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112011000300006&lng=pt&nrm=iso Acesso em 08 mar.2013.
Critério de Avaliação	Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.

PROGRAMAÇÃO DAS AULAS

AULA 1 – Primeira semana

Conteúdos	Apresentação Docente, Plano de Ensino, Planejamento dos encontros, explicação dos critérios de avaliação, cronograma com as datas importantes, combinados (orientações gerais) para o semestre. Introdução: Primeiras definições do que é a Comunicação e sua influência na sociedade tanto no âmbito pessoal como profissional .
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 2 – Segunda semana

Conteúdos	A comunicação no contexto histórico e a evolução para o mundo contemporâneo.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 3 - Terceira semana

Conteúdos	Teorias da Comunicação. Processos de comunicação: conceitos fundamentais e aplicações práticas. As diversas correntes teóricas. Teorias para a análise de mensagens.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 4 – Quarta semana

Conteúdos	Teorias da Comunicação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre

	alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.
--	---

AULA 5 - Quinta semana

Conteúdos	Teorias da Comunicação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 6 - Sexta semana

Conteúdos	Teorias da Comunicação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 7 – Sétima semana

Conteúdos	A sociologia e a comunicação. Transformações históricas e sociais, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase no período contemporâneo.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 8 – Oitava semana

Conteúdos	Recuperação de conteúdo
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 9 – Nona semana

Instrumento	Avaliação Bimestral
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 1º bimestre.
Crítérios	

Aula 10 - Décima semana

Conteúdos	Vistas das Provas, esclarecimento das dúvidas e informe da composição da nota.
------------------	---

	Revisão do conteúdo.
Metodologia	Atendimento individualizado para o esclarecimento de dúvidas. Revisão da Teoria com exercícios práticos.

AULA 11 – Décima primeira semana

Conteúdos	Mídias utilizadas na comunicação. Fundamentos de semiótica. Cibercultura.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 12 – Décima segunda semana

Conteúdos	Marketing direto. Propaganda. Mídias sociais. Pós-venda. Relações públicas.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excel) ou laboratório.

AULA 13 – Décima terceira semana

Conteúdos	Endomarketing.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excel) ou laboratório.

AULA 14 – Décima quarta semana

Conteúdos	Marketing de relacionamento.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excel) ou laboratório.

AULA 15 – Décima quinta semana

Conteúdos	Ações promocionais de vendas.
------------------	-------------------------------

Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excel) ou laboratório.
--------------------	---

AULA 16 – Décima sexta semana

Conteúdos	Merchandising no ponto de venda.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 17 - Décima sétima semana

Conteúdos	Revisão dos conteúdos das aulas 10 em diante
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 18 – Décima oitava semana

Conteúdos	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Metodologia	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.

AULA 19 – Décima nona semana

Instrumento	Vistas e revisão de conteúdo
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Crítérios	

AULA 20 – Vigésima Semana

Instrumento	Recuperação
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Crítérios	