



## PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA				
CURSO: Relações Públicas		PERÍODO LETIVO: 2018/1	TURMA: 1	
DISCIPLINA: Comunicação Institucional		SIGLA: IHC 209		
CARGA HORÁRIA TOTAL: 60		CRÉDITOS: 4		
TEÓRICA: 4	PRÁTICA: -	PRÉ-REQUISITO:		
PROFESSOR (ES) : Célia Maria da Silva Carvalho				
E-MAIL(S): <a href="mailto:ccarvalho@ufam.edu.br">ccarvalho@ufam.edu.br</a> ; <a href="mailto:ccarvalho@ufam@gmail.com">ccarvalho@ufam@gmail.com</a>				
Horário das aulas teóricas 2ª.-feira – 8h- 12h	Horário das aulas Práticas	Horário e local de atendimento de alunos: 5ª – 14h- 16h 4ª. – 8h – 10h		
2. EMENTA(conforme o PPC do curso)				
-Definição de Comunicação Institucional. Imagem. Identidade. Conceito. Reputação. Elementos Constituintes de uma Organização: filosofia missão, visão, valores e políticas. Cultura Organizacional. Linguagem Institucional. Propaganda Institucional				
3.OBJETIVOS				
3.1 GERAL(conforme o PPC do curso)				
Compreender o conceito de comunicação institucional a partir da análise de suas aplicações nas atividades de relações públicas.				
3.2 ESPECÍFICOS (se houver)				
4.CONTEÚDO PROGRAMÁTICO/CRONOGRAMA				
Datas	Aulas		Conteúdo	Professor**
	Carga horária	Tipo (T,P)*		
Março/2018 5,12,19,26	16	T	Unidades I e II - Comunicação Institucional: conceitos e características. Identidade corporativa e identidade institucional. Conjunto de conceitos de uma organização: filosofia, missão, visão, princípios,	



Abril/2018 2,9,16, 23, 30	20	T	valores, políticas, pensamentos, condutas, posturas e atitudes, do ponto de vista ético-moral e administrativo.	
Mai/2018 7,14,21,28	16	T	Unidades III, IV e V- Cultura organizacional; Linguagem Institucional; Propaganda Institucional	
Junho/2018 4, 11	8	T	Unidade V; Propaganda Institucional	

\*Aula teórica ou prática

\*\* Em caso de disciplinas compartilhadas

#### 5. PROCEDIMENTOS DE ENSINO E DE APRENDIZAGEM

- Aulas expositivas
- Leituras reflexivas de textos e livros;
- Discussão em grupo com base na formulação de problemas práticos;
- Estudos de casos;
- Exibição de vídeos;
- Palestras
- Visitas a organizações.
- Leitura orientada e discussão de livros e textos.

#### 6. PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

- Leitura, análise e discussão de livro – (2 livros) – Compreensão dos assuntos discutidos no livro; formulação de opiniões: 12/3; 16/4
- Seminários – Domínio do conteúdo a ser apresentado; argumentação e coerência nas idéias apresentadas: 19/3, 26/3, 2/4
- Visita a organizações - Observação indireta e produção de relatório técnico: 30/4, 14/5
- Produção de um artigo científico - Exposição das ideias de forma clara e compreensiva; conhecimento das normas técnicas: 21/5
- Elaboração de Política de Comunicação - Compreensão dos assuntos; capacidade de formulação de documento – 4/6
- Auditoria de Imagem – 11/6
- Prova Final - 2/7





**7. REFERÊNCIAS (conforme o PPC do curso)**

**7.1 BÁSICA (mínimo de 03 indicações, conforme o PPC do curso)**

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. Rev. Atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. Vol. 02. São Paulo: Saraiva, 2009.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

**7.2 COMPLEMENTAR (mínimo de 05 indicações, conforme o PPC do curso)**

ASHLEY, Patrícia Almeida (Org.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

GRUNIG, James E; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Paulo: Difusão editora, 2009.

NETO, Manoel Marcondes Machado. **Marketing Cultural: das práticas à teoria**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2002.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1997.

PINHO, J.B. **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas**. São Paulo: Summus, 1992.

LOCAL E DATA: Manaus, 31 de outubro de 2017

ASSINATURAS DOS PROFESSORES(AS): *Célio Carvalho*

DATA DA APROVAÇÃO DO COLEGIADO DO CURSO:

DATA DA ASSINATURA DO(A) COORDENADOR DO COLEGIADO (A) DO CURSO:

*Judy Lima Tavares Sales*  
Judy Lima Tavares Sales  
Coordenação de Comunicação  
Social-Relações Públicas