



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA		
CURSO: Comunicação Social – Relações Públicas (IH12)	PERÍODO LETIVO: 2017.2	TURMA: 01 4º Período do Curso
DISCIPLINA: Planejamento em Relações Públicas II	SIGLA: IHC207	
CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h		CRÉDITOS: 03
TEÓRICA: 30h	PRÁTICA: 30h	PRÉ-REQUISITO: Planejamento em Relações Públicas I – IHC179
PROFESSOR: Henrique Wendhausen		
E-MAIL: henriquew@ufam.edu.br		
Horário das aulas teóricas 2ª-Feira - 10h / 12h	Horário das aulas Práticas 4ª-Feira – 10h / 12h	Horário e local de atendimento de alunos: Terça-Feira - 16h / 18h; sala de professores da Faculdade de Informação (FIC), do Curso de Relações Públicas.
2. EMENTA(conforme o PPC do curso)		
Elaboração dos documentos do processo de planejamento, plano, programa e projeto. Planejamento de Relações Públicas em organizações do primeiro, segundo e terceiro setor.		
3.OBJETIVOS		
3.1 GERAL(conforme o PPC do curso)		
Aplicar as técnicas de elaboração de planejamento de Relações Públicas em organizações do primeiro, segundo e terceiro setor, ampliando a compreensão sobre planejamento estratégico em comunicação organizacional.		
3.2 ESPECÍFICOS (se houver)		
Elaborar planos, programas e projetos a partir de experimentações de assessoramento com clientes reais de Manaus em organizações do primeiro, segundo e terceiro setor.		
Desenvolver técnicas de redação e de pesquisa na produção de instrumentos de planejamento de comunicação em todas as fases necessárias.		
Realizar um Seminário de Planejamento ao final da disciplina com vistas ao intercâmbio e à socialização dos trabalhos realizados.		



4. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO/CRONOGRAMA

Datas	Aulas		Conteúdo	Professor**		
	Carga horária	Tipo (T,P)*				
31julho2017	2	T	<ul style="list-style-type: none">• Apresentação, discussão e aprovação do plano de curso da disciplina.• A escolha do cliente para desenvolver o Plano Global (estratégico) de R.P.• Recapitulando fundamentos: Relações Públicas e redação de textos no processo de planejamento.• Exercício de redação de projetos.• Processo de formulação do planejamento, etapas e princípios básicos. Estrutura.• A escolha do cliente e a construção do briefing.• A pesquisa institucional.• A caracterização dos públicos – comportamento, vínculos, expectativas e opinião. Mapeamento.	Henrique Wendhausen		
02agosto2017	2	P				
07agosto2017	2	T				
09agosto2017	2	P				
14agosto2017	2	T				
16agosto2017	2	P				
21agosto2017	2	T				
23agosto2017	2	P				
28agosto2017	2	T			<ul style="list-style-type: none">• O Plano de Comunicação:• Pesquisa e diagnóstico;• Análise da situação e prognóstico;• Definição de prioridades;• Estabelecimento de filosofia e políticas;• Determinação de objetivos e demais elementos prescritivos do planejamento;• Configuração e eleição de estratégias,	
30agosto2017	2	P				
04setembro2017	2	T				
06setembro2017	2	P				
11setembro2017	2	T				



13setembro2017	2	P	linguagens e instrumentais de comunicação;
18setembro2017	2	T	• Correlação entre programas e projetos;
20setembro2017	2	P	• Determinação dos recursos necessários;
25setembro2017	2	T	• Montagem do orçamento geral.
27setembro2017	2	P	• Gestão estratégica da comunicação;
02outubro2017	2	T	• Divulgação do plano;
04outubro2017	2	P	• Execução do plano;
09outubro2017	2	T	• Controle das ações;
11outubro2017	2	P	• Avaliação dos resultados. - Orientação - Evento
16outubro2017	2	T	- Orientação
18outubro2017	2	P	- Evento
23outubro2017	2	T	- Orientação
25outubro2017	2	P	- Evento
30outubro2017	2	T	- Orientação
1ºnovembro2017	2	P	- Evento
06novembro2017	2	T	- Orientação
08novembro2017	2	P	- Evento • O Seminário de Planejamento e entrega do produto final (plano); e Relatório individual de autoavaliação.
04dezembro2017	2	T	- Prova final dissertativa e escrita sobre as matérias escritas e discutidas ao longo curso (opcional para quem atingiu média oito [08] em exercícios de avaliação anteriores, conforme a Resolução Nº 23/2017, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão).

*Aula teórica ou prática

** Em caso de disciplinas compartilhadas

5.PROCEDIMENTOS DE ENSINO E DE APRENDIZAGEM

- Produção de briefings - diagnóstico-prognósticos; e demais passos do planejamento em Relações Públicas com clientes reais.
- Visitas técnicas e orientação de pesquisas.
- Orientação das equipes em sala de aula.
- Aulas expositivas e dialogadas com debate.



- Leitura dirigida e discussão de textos, vídeos e cases.
- Desenvolvimento de planos, programas, campanhas e projetos de Relações Públicas.
 - Produção de um Seminário de Planejamento ao final da disciplina.

6. PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

a) Trabalho de leitura dirigida e preparação de resumo e exposição oral sobre temáticas pertinentes à ementa (individual ou dupla, a depender da quantidade de alunos matriculados, com cronograma definido a partir de sorteio – com peso 01 e notas de 01 a 10).

b) Trabalho em equipe (3 a 4 acadêmicos por equipe) sobre atividades para confecção de plano de relações públicas global (estratégico), com um cliente real do primeiro, do segundo e/ou terceiro setor, com vistas à realização do Seminário Planejamento em Comunicação e Relações Públicas ao final do curso, com apresentação e socialização dos trabalhos realizados de forma oral e apresentação de planos escritos das equipes (considerar-se-á também a avaliação processual com orientações de equipes ao longo do curso - peso 01 e notas de 01 a 10, para realização do evento com cronograma de apresentação definido a partir de sorteio,) e peso 01 e notas de 01 a 10 para o produto final: plano de relações públicas global (estratégico);

c) Prova final dissertativa e escrita sobre as matérias escritas e discutidas ao longo curso (opcional para quem atingiu média oito [08] em exercícios de avaliação anteriores, conforme a Resolução N° 23/2017, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão).

Critérios de avaliação:

- Domínio e conhecimento dos temas abordados;
- Correção, coerência e clareza de expressão em exposições orais e escritas;
- Desenvolvimento das atividades com ética, comprometimento e interesse;
- Avaliação processual: participação, assiduidade, pontualidade e desenvolvimento das atividades de acordo com as recomendações;
- Comprometimento e competência das participações individuais na produção de trabalhos em equipe (relatório de autoavaliação);
- Qualidade dos trabalhos apresentados: domínio de conhecimentos, criatividade e inovação.

7. REFERÊNCIAS (conforme o PPC do curso)

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

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

LUPPETI, Marcelia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000.

_____. Gestão estratégica da comunicação mercadológica – planejamento. São Paulo: Learning, 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. Planificando a comunicação em relações públicas. Florianópolis/SC: Letras Contemporâneas, 2004.

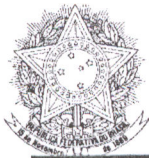
7.2 COMPLEMENTAR (mínimo de 05 indicações, conforme o PPC do curso)

ALBUQUERQUE, Adão Eunes. Planejamento das relações públicas. Porto Alegre: Acadêmica, 1983.

ACKOFF, Russel. Planejamento empresarial. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1978.

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

BORDENAVE, Juan; CARVALHO, Horácio Martins. Comunicação e planejamento. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.



CARVALHO, Horácio Martins. Introdução à teoria do planejamento. São Paulo: Brasiliense, 1979.

CESCA, Cleusa Gimenez. Relações Públicas e suas Interfaces. São Paulo: Summus, 2006. _____
Organização de eventos: manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 1997.

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. (org). Relações públicas: planejamento e comunicação. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. (org). Relações públicas: quem sabe, faz e explica. Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

EVANGELISTA, Marcos Fernando. Planejamento de relações públicas. Rio de Janeiro: Ediouro, 1983.

FARIAS, Luiz Alberto de (org.) Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Yendis, 2004.

FREITAS, Sidinéia Gomes; FRANÇA, Fábio. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 2000.

FORTES, Waldyr Gutierrez. Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas. São Paulo: Loyola, 1990.

GALERANI, Gilceana Soares Moreira. Avaliação em comunicação organizacional. Brasília: EMBRAPA, 2006.

GANDIM, Danilo. Planejamento como prática educativa. São Paulo: Loyola, 1986.

FERREIRA, Francisco Whitaker. Planejamento Sim e Não. 15.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATTI, Nelson Costa. (orgs) Práticas acadêmicas em relações públicas: processos, pesquisas, aplicações. Porto Alegre: Sulina, 2011.

NUNES, Marina Martinez. Redação em relações públicas. Sagra DC Luzzatto: Porto Alegre, 1995.

TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. Edição revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2010.

TERRA, Carolina Frazon. Mídias sociais... e agora?: o que você precisa para implementar um projeto de mídias sociais. Difusão/Senac Rio: Rio de Janeiro, 2011.

LOCAL E DATA: Manaus, 19 de junho de 2017.

ASSINATURA DO PROFESSOR:

DATA DA APROVAÇÃO DO COLEGIADO DO CURSO: 19/06/2017.

DATA DA ASSINATURA DO(A) COORDENADOR DO COLEGIADO (A) DO CURSO: 28/06/2017

Judy Lima Tavares Sales
Coordenação de Comunicação
Social-Relações Públicas