



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ACRE
PROF. LUAN CORREIA CUNHA SANTOS

PLANO DE CURSO

PLANO DE CURSO		
Centro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas		
Curso: Curso de Jornalismo (Bacharelado)		
Disciplina: CFCH 491 - Assessoria 1		Créditos: 2-1-0
Pré-requisitos: Não tem		Co-requisitos: Não se aplica.
Carga Horária: 60 horas	CH de Acex: - - -	Encontros:
Semestre Letivo/Ano: 2024.2		Dias/horários de aula:
Professor(a): Esp. Paulo Henrique da Silva Santiago		
I- Ementa: O que é e como funciona uma assessoria de comunicação. Qual o papel, objetivos, formas de atuação. As assessorias de entidades públicas e privadas, a questão ética, a relação com os meios de comunicação.		
II- Objetivos de Ensino		
1. - Objetivos Gerais Conhecer conceitos, teorias e objetivos da assessoria de imprensa e comunicação.		
2. - Objetivos Específicos 2.1 Reconhecer os processos e as práticas relacionados à assessoria de comunicação e imprensa; 2.2 Conhecer os métodos e técnicas de planejamentos de ações de relacionamento com a mídia; 2.3. Administrar habilidades e competências para a produção de materiais em assessoria de imprensa; 2.4 Refletir sobre as relações entre assessor de imprensa, assessorado e mídia.		
III - Conteúdos de Ensino		
Unidades Temáticas (ampliar as unidades, se necessário)		C/H
Unidade 1 - O que é e como funciona uma assessoria de comunicação ● Aspectos históricos; ● Assessoria de comunicação x assessoria de imprensa; ● Relações entre jornalismo e assessoria de imprensa;		15h

<ul style="list-style-type: none"> ● Relacionamento entre assessor e assessorado; ● Questões éticas. 	
Unidade 2 - Como se organiza uma assessoria de comunicação <ul style="list-style-type: none"> ● Estrutura de uma assessoria; ● Planejamento e estratégias de comunicação. 	15h
Unidade 3 - Ferramentas de assessoria de imprensa <ul style="list-style-type: none"> ● Releases, media training, mailing, press-kit, clipping; ● A organização de entrevistas e coletivas; ● Gestão de crise de imagem. 	30h
Total	60h

IV - Metodologia de Ensino

- Aulas expositivas e dialogadas;
- Debates sobre as temáticas propostas para cada encontro com base em leitura prévia e em análise crítica de textos;
- Atividades em grupo;
- Aprendizagem baseada em projetos: desenvolvimento de planejamentos de comunicação e diagnóstico de crise de imagem.

V - Recursos Didáticos

- Físicos: quadro branco, projetor, laboratório de planejamento gráfico;
- Digitais: Google Drive (pasta com conteúdos da disciplina).

VI - Avaliação da Aprendizagem

- N1 (10 pontos): 24/01/24 e 31/01/24: Trabalho em grupo (7.0 pontos) + Apresentação individual (3.0 pontos)
- N2 (10 pontos): 28/02/24 e 07/03/24: Planejamento de comunicação (grupo - 5.0 pontos)
28/03/24 e 04/04/24: Diagnóstico de crise de imagem (grupo - 4.0 pontos)
04/04/24: Release (individual - 1.0 ponto).

VII - Bibliografia

1. - Bibliografia Básica

DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: Teoria e técnica. 2. ed. São Paulo: Atlas. 2003.

KOPPLIN, Elisa. Assessoria de Imprensa - teoria e prática. 4ª ed. Porto Alegre - RS. Editora Sagra Luzzatto, 2001.

LOPES, Boanerges. O que é Assessoria de Imprensa. São Paulo: Brasiliense, 1994.

2. - Bibliografia Complementar

BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training: como usar a imprensa a seu favor. São Paulo:

Saraiva, 2008.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009. CARVALHO, Claudia; REIS, Léa Maria Aarão. Manual prático de assessoria de imprensa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CHINEM, Rivaldo. Assessoria de imprensa: como fazer. São Paulo: Summus, 2003.

GAUDÊNCIO, Francisco; REGO, Torquato. Jornalismo empresarial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1987. LARA, Maurício. As sete portas da comunicação pública: Como enfrentar os desafios de uma assessoria. Belo Horizonte: Gutenberg, 2003.

LEON, Mario. Empresa X Imprensa: uma relação positiva. São Paulo: IOB, 1991.

LIMA, Gerson Moreira. Releasmania. São Paulo: Summus, 1985.

LOPES, Boanerges (Org). Gestão em comunicação empresarial: teoria e técnica. Juiz de Fora: Produtora Multimeios, 2007.

NOGUEIRA, Nemércio. Media training: melhorando as relações da empresa com os jornalistas. 7. Ed. São Paulo: Cultura, 2009.

ROSA, Mário. A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

SOBREIRA, Geraldo. Como lidar com os jornalistas. São Paulo: Geração Editorial, 1993.

TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação. 2. Ed. São Paulo:

Atlas, 2009. VILELA, Regina. Quem tem medo da imprensa? Como e quando falar com jornalistas – Guia básico de media training. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Aprovação do Colegiado de Curso

Aprovação no Colegiado de Curso (Regimento Geral da Ufac, Art. 70, inciso II).

Data: 25 de novembro de 2024.

APÊNDICE ÚNICO A QUE SE REFERE O ART. 1º DA RESOLUÇÃO CEPEX Nº 138, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2022.

Rio Branco, 10 de dezembro de 2024.

Assinado Eletronicamente

PAULO HENRIQUE DA SILVA SANTIAGO



Documento assinado eletronicamente por **Paulo Henrique da Silva Santiago, Usuário Externo**, em 10/12/2024, às 17:27, conforme horário de Rio Branco - AC, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ufac.br/sei/valida_documento ou click no link [Verificar Autenticidade](#) informando o código verificador **1491301** e o código CRC **4C810F32**.

Rod. BR-364 Km-04 - Bairro Distrito Industrial
CEP 69920-900 - Rio Branco-AC
- <http://www.ufac.br>

Referência: Processo nº 23107.033411/2024-74

SEI nº 1491301