

**CRONOGRAMA DE AULAS – EMPREENDEDORISMO E ASSESSORIA EM RELAÇÕES PÚBLICAS – MATUTINO - 1º SEMESTRE 2018**

| DATA         | Matéria programada/ Atividade   | BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA  |
|--------------|---|---|
| <b>MARÇO</b> |   |   |
| 22/02        | Apresentação da disciplina.<br>Terceirização e prestação de serviços: conceito, características, processo e tipos.<br>Assessoria e consultoria em Relações Públicas: definição, perfil e estrutura das agências, funções e principais atividades desenvolvidas pelos prestadores de serviço em Relações Públicas. Abordagem e negociação. Ética na prestação de serviços de assessoria e consultoria de Relações Públicas.<br>Atividade em classe: definição das agências experimentais. Mapeamento de setores de interesse para prospecção e identificação de clientes potenciais. | GIOSA, Lívio Antonio. <b>Terceirização</b> : uma abordagem estratégica. 5.ed. São Paulo: Pioneira, 1997.<br>REBOUÇAS, Djalma de Pinho. <b>Manual de Consultoria Empresarial</b> . 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.<br>CROCCO, Luciano; GUTTMAN, Erik. <b>Consultoria Empresarial</b> . São Paulo: Saraiva, 2005   |
| 01/03        | Empreendedorismo: conceito, tipos, características.<br>Plano de negócio: fatores de sucesso e estrutura do PN.<br>Atividade em classe: delimitação, abrangência e posicionamento; definição dos princípios organizacionais e estrutura da agência.  | HISRICH, Robert; PETERS, Michael. <b>Empreendedorismo</b> . 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.<br>DORNELAS, José Carlos Assis et al. <b>Criação de novos negócios</b> : empreendedorismo para o século 21. Adap. 8ª ed. americana. São Paulo: Elsevier, 2010.<br>DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo</b> : transformando ideias e negócios. 3ªed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.<br>TAVARES, Mauro Calixta. <b>Gestão Estratégica</b> . São Paulo: Atlas, 2000.  |
| 08/03        | Atividade em classe: apresentação das agências, análise e discussão do material de prospecção.  |   |
| 15/03        | Levantamento de dados secundários para elaboração do briefing.<br>Atividade em classe: mapeamento das fontes de dados externas e internas, elaboração do roteiro de entrevista de briefing.<br>Orientação: definição do cliente, coleta de dados e elaboração de briefing.  | KUNSCH, M. M. K. <b>Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada</b> . São Paulo: Summus, 2003, cap. 9  |
| 22/03        |   | COSTA, Elizer Arantes da. <b>Gestão Estratégica</b> . 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.<br>YANAZE, Mitsuru Higuchi. <b>Gestão de marketing e comunicação</b> : avanços e aplicações. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Saraiva, 2011.   |
| 29/03        | Análise macroambiental e setorial: estrutura e levantamento de dados secundários.<br>Atividade: identificação dos ambientes de relevância e variáveis de impacto no ambiente externo. Correlação das variáveis ambientais mapeadas.<br><b>Data limite para definição do cliente.</b>  |   |
| <b>ABRIL</b> |   |   |
| 05/04        | Devolutiva do briefing, análise macro. Entrega da análise setorial.   |   |
| 12/04        | Orientação: mapeamento e análise de públicos estratégicos; procedimento para identificação dos temas de pesquisa.<br>Devolutiva da análise setorial.  | OLIVEIRA, Maria José da Costa. <b>De públicos para cidadãos</b> : uma reflexão sobre relacionamentos estratégicos. In: FARIAS, Luiz Alberto (org). <b>Relações Públicas Estratégicas</b> . São Paulo: Summus Editorial, 2011.<br>FRANÇA, Fábio. <b>Públicos</b> : como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2004.   |
| 19/04        | <b>SEMANA SANTA</b>   |   |
| 26/04        | Definição do cenário organizacional e identificação das lacunas de informação sobre a gestão de comunicação. Discussão dos problemas de pesquisa apresentados pelas agências.<br>Atividade em classe, com supervisão e entrega: formulação do projeto de pesquisa – problema, objetivos, pressupostos ou hipóteses.   | BABBIE, Earl. <b>Métodos de Pesquisas de Survey</b> . 2ª reimpressão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, cap. 4.<br>BRODY, E.W.; STONE, Gerald C. <b>Public Relations Research</b> . New York: Greenwood Press, 1989, cap 4 e 5.<br>BROOM, Glen M.; DOZIER, David M. <b>Using research in PR: applications to program management</b> . New Jersey: Prentice Hall,1990. Cap. 2.<br>CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. <b>Metodologia científica</b> . 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002, cap. 5.<br>CUTLIP, Scott M.; CENTER, Allen H.; BROOM, Glen M. <b>Effective Public Relations</b> . 6ª edition. New Jersey: Prentice Hall, 1985. Cap. 9.<br>DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. <b>Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação</b> . São Paulo: Atlas, 2005.Cap. 2.<br>MALHOTRA, N. K. <b>Pesquisa de marketing</b> . 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. Cap. 2 e 3.<br>SAMARA, Beatriz Santos & BARROS, José Carlos. <b>Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia</b> . 3ª Edição, São Paulo: Makron Books, 2001, Cap 2. |
| <b>MAIO</b>  |   |   |
| 03/05        | Atividade em classe para discussão e entrega: concepção do projeto de pesquisa - definição do método de pesquisa, amostragem e instrumento de coleta de dados.  | BABBIE, Earl. <b>Métodos de Pesquisas de Survey</b> . 2ª reimpressão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, cap. 5, 7, 8 e 11.  |

**CRONOGRAMA DE AULAS – EMPREENDEDORISMO E ASSESSORIA EM RELAÇÕES PÚBLICAS – MATUTINO - 1º SEMESTRE 2018**

|              |   |   |
|--------------|---|---|
|              | Orientação sobre coleta de dados: definição dos procedimentos de coleta de dados e planejamento do trabalho de campo. | MALHOTRA, N. K. <b>Pesquisa de marketing</b> . 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008, cap. 8, 9, 10 e 14.<br>BROOM, Glen M.; DOZIER, David M. <b>Using research in PR: applications to program management</b> . New Jersey: Prentice Hall, 1990. Cap.6.  |
| 10/05        | Atividade em classe: finalização e entrega do projeto de pesquisa.  |   |
| 17/05        | Orientação: devolutiva dos projetos.  |   |
| 24/05        | Aula expositiva: tratamento e análise de dados. Orientação: organização dos procedimentos de análise.                 |   |
| 31/05        | Orientação: tratamento e análise de dados.  |   |
| <b>JUNHO</b> |   |   |
| 07/06        | Aula expositiva: elaboração do relatório de pesquisa. Orientação: tratamento e análise de dados.                      |   |
| 14/06        | Orientação: elaboração do relatório de pesquisa e diagnóstico.  |   |
| 21/06        | <b>ENTREGA DOS TRABALHOS</b>  | NUNES, Marina Martinez. <b>Redação em Relações Públicas</b> . Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1995, Cap. 3.<br>BASEGGIO, Ana Luisa. O diagnóstico aplicado às relações públicas: uma análise de seus aspectos teóricos e empíricos. <i>Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas</i> , São Paulo, v. 6, n. 10/11, p. 176-189, fev. 2009<br>BASEGGIO, Ana Luisa. <i>Diagnósticos em RP</i> . In: MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATI, Nelson Costa (orgs.). <b>Práticas Acadêmicas em RP: processos, pesquisas e aplicações</b> . Porto Alegre: Editora Sulinas, 2011. Pp 119-142.<br>FIGUEIREDO, Suzel. A contribuição dos métodos de diagnóstico e mensuração para a comunicação corporativa. <i>Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas</i> , São Paulo, v.2, n.2, p. 185-201. |
| 28/06        | Devolutiva dos trabalhos. <b>ENCERRAMENTO DO SEMESTRE.</b>  |   |
| <b>JULHO</b> |   |   |
| 06/07        | Início da Recuperação   |   |

### Avaliação da disciplina

A avaliação do semestre será realizada com base nas seguintes atividades:

1) Apresentação das agências: 10 pontos

Critérios de avaliação do grupo nas apresentações:

- uso de recursos didáticos,
- respeito ao tempo,
- dinâmica da apresentação.

Critérios de avaliação individual nas apresentações:

- postura,
- vocabulário,
- interação com a classe.

2) Desenvolvimento das atividades propostas em classe: 3,0 pontos

3) Primeira parte do projeto: 7,0 pontos

A nota final da disciplina será composta pela média das notas atribuídas em cada uma das atividades acima relacionadas.

### **Recuperação**

A recuperação na disciplina será realizada no período previsto no calendário acadêmico por meio da aplicação de uma prova individual.

A nota final dos alunos que estiverem em recuperação será a média entre a nota obtida na primeira etapa da disciplina e a nota obtida na avaliação proposta na recuperação.