

Cronograma Pesquisa de Opinião Pública – Noturno / 2020 - Prof^a Valéria Castro

1º SEMESTRE			
Aula	Datas	Item do programa e Atividades programadas	Referências
1	17/08	Apresentação do programa da disciplina. 1) Introdução à Pesquisa de Opinião Pública. Os usos e a importância das pesquisas em Relações Públicas. A relação do pesquisador com o decisor da pesquisa.	LOPES, Valéria de Siqueira Castro Lopes; PENAFIERI, Vânia. A Pesquisa como ferramenta do planejamento estratégico de Comunicação Organizacional. IN: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade; AMORIM, Lidiane Ramirez de (Orgs.). <i>(Re) leituras contemporâneas sobre comunicação organizacional e relações públicas</i> . [recurso eletrônico]. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. Disponível em: http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/livro/releituras-contemporaneas-sobre-comunicacao-organizacional-e-relacoes-publicas LOPES, Valéria de Siqueira Castro; PENAFIERI, Vânia. Opinião e pesquisa: instrumentos de orientação e de avaliação. In: FARIAS, Luiz Alberto (org.). <i>Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos</i> . São Paulo: Summus, 2011 LINDENMANN, Walter. <i>Public Relations Research for Planning and Evaluation</i> . Resource Booklet, 2006. Disponível em: Disponível em: https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2006_Planning_Eval.pdf
2	24/08	2) Elaboração do projeto de pesquisa A identificação do cenário para a realização das pesquisas: pesquisas exploratórias e conclusivas. Estudos exploratórios e a utilização de dados secundários. O levantamento de dados primários na pesquisa exploratória: método qualitativo. O levantamento de dados primários na pesquisa conclusiva: o método quantitativo.	FONSECA JÚNIOR, Wilson da Fonseca. Análise de conteúdo. IN: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2015, Cap. 18. MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing . 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. Cap. 2 e 3. SANTOS, Rosane Pallacci dos. A pesquisa qualitativa como instrumento fundamental de Relações Públicas. IN: MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATTI, Nelson Costa (orgs.). Práticas acadêmicas em Relações Públicas : processos, pesquisas, aplicações. Porto Alegre: Sulina, 2011.
3	31/08	A concepção do projeto de pesquisa: estrutura e etapas. A definição do problema. Atividade síncrona em grupo: banco de sangue.	BARROS, Antonio; JUNQUEIRA, Rogério. A elaboração do projeto de pesquisa. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação . São Paulo: Atlas, 2005. Cap. 2. BROOM, Glen M.; DOZIER, David M. Using research in PR: applications to program management . New Jersey: Prentice Hall, 1990. Cap. 2. CUTLIP, S. M.; CENTER, Allen H.; BROOM, Glen M. Effective Public Relations . 6 th ed. New Jersey: Prentice Hall, 1985. Cap. 9.
	07/09	FERIADO	
4	14/09	A relação entre a natureza da pesquisa e a concepção de hipóteses ou pressupostos do estudo. Definição e categorização dos objetivos da pesquisa: O estabelecimento dos objetivos de pesquisa e seu papel na definição do escopo do projeto.	SAMARA, Beatriz Santos & BARROS, José Carlos. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia . 3ª Edição, São Paulo: Makron Books, 2001, Cap. 2. CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. Metodologia científica . 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002, cap. 5.
5	21/09	3) Procedimentos metodológicos e coleta de dados A metodologia da pesquisa qualitativa e quantitativa: amostragem e tamanho da amostra.	BABBIE, Earl. Métodos de Pesquisas de Survey . 2ª reimpressão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, cap. 5.
6	28/09	Postagem de exercício em grupo: amostragem. PROFESSORA PARTICIPARÁ DO CONGRESSO DA ABRAPCORP.	BABBIE, Earl. Métodos de Pesquisas de Survey . 2ª reimpressão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, cap. 5.
7	05/10	A elaboração do instrumento de coleta de dados na pesquisa quantitativa e qualitativa. Critério de Classificação socioeconômica (Critério Brasil). Pré-teste e planejamento do trabalho de campo. Postagem da correção do exercício de amostragem.	http://www.abep.org/criterio-brasil BABBIE, Earl. Métodos de Pesquisas de Survey . 2ª reimpressão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, cap. 7, 8 e 11. MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing . 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008, cap. 8, 9, 10 e 14.
	12/10	FERIADO	

Cronograma Pesquisa de Opinião Pública – Noturno / 2020 - Prof^a Valéria Castro

1º SEMESTRE			
Aula	Datas	Item do programa e Atividades programadas	Referências
8	19/10	<p>4) Descrição e análise dos resultados Relatório de pesquisa: estruturação, caracterização e distinção do diagnóstico. Tratamento e análise de dados qualitativos e quantitativos.</p>	<p>MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008, cap. 22. BASEGGIO, Ana Luisa. Diagnósticos em RP. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; FOSSATI, Nelson Costa (orgs.). Práticas Acadêmicas em RP: processos, pesquisas e aplicações. Porto Alegre: Editora Sulinas, 2011. Pp 119-142. NUNES, Marina Martinez. Redação em Relações Públicas. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1995, Cap. 3.</p>
9	26/10	<p>5) Métodos de pesquisa em Comunicação Videoaula/ podcast: Os tipos de pesquisa em Relações Públicas. Auditoria de Comunicação. PROVA SÍNCRONA.</p>	<p>DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. Cap. 10, 15, 22. KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003, cap.7. CARLSON et al. Pesquisa de opinião para RP. In: LESLY, Philip. Os fundamentos de RP e da Comunicação. São Paulo: Pioneira, 1995.</p>
	02/11	FERIADO	
10	09/11	<p>5) Pesquisa de opinião. Auditoria de opinião. Pesquisa de imagem. Auditoria de imagem.</p>	<p>KUNSCH, Margarida M. K. Auditoria da Comunicação Organizacional. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005, cap.15. VILLAFANE, Justo. La gestión Profesional de la imagen corporativa. Madrid: Ediciones Pirámide, 1999. Cap.3.</p>
11	16/11	<p>6) Pesquisa como instrumento de avaliação e mensuração de resultados em Relações Públicas. Requisitos e barreiras para a avaliação em mensuração. Conceituando avaliação e mensuração. A importância do planejamento na mensuração de resultados. Estabelecimento de objetivos mensuráveis. Postagem de atividade: estudo de caso, parte 1.</p>	<p>LINDENMANN, Walter. <i>Guidelines and standards for measuring the effectiveness of public relations programs and activities</i>. Resource Booklet, 1997, 2003. Disponível em: https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2002_MeasuringPrograms.pdf ANDERSON, Forrest W.; HADLEY, Linda; ROCKLAND, David; WEINER, Mark. <i>Guidelines for setting measurable public relations objectives: an update</i>. A Booklet of the Commission on Public Relations Measurement and Evaluation. Gainesville: University of Florida, Institute for Public Relations, 2009. Disponível em: https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Setting_PR_Objectives.pdf LINDENMANN, Walter. <i>Guidelines and standards for measuring the effectiveness of public relations programs and activities</i>. Resource Booklet, 1997, 2003. Disponível em: https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2002_MeasuringPrograms.pdf</p>
12	23/11	<p>Conceituação e identificação de fatores condicionantes de sucesso, indicadores de resultado e métricas. Modelos de avaliação e mensuração em Comunicação. Modelo PII (Cutlip, Center, Broom), Régua da Efetividade (Lindenmann). Modelos de Curta Duração, Modelo Contínuo (Watson) e Modelo de Avaliação de Relacionamentos (Grunig). Postagem de atividade: estudo de caso, parte 2.</p>	<p>LINDENMANN, Walter. An 'effectiveness yardstick' to measure Public Relations success. <i>Public Relations Quarterly</i>, New York, v. 38, n. 1, p.7-9, 1993. WATSON, Tom. Integrating planning and evaluation. In: HEATH, Robert L. (editor). Handbook of Public Relations. Thousand Oaks, Sage, 2001, cap. 19, pp.259-268. GRUNIG, James; HON, Linda Childers. Measuring relationship in Public Relations. A Report of the Commission on Public Relations Measurement and Evaluation. Gainesville: University of Florida, Institute for Public Relations, 1999. Disponível em: https://instituteforpr.org/measuring-relationships/ LOPES, Valéria de Siqueira Castro. Avaliação e Mensuração em Relações Públicas e em Comunicação Organizacional. In: KUNSCH, Margarida. Comunicação Organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2016.</p>
13	30/11	Postagem de atividade: estudo de caso, parte 3.	
14	07/12	Devolutivas dos estudos de caso. Prova síncrona.	
15	14/12	Devolutivas das provas. Encerramento do semestre.	

Cronograma Pesquisa de Opinião Pública – Noturno / 2020 - Profª Valéria Castro

ATENÇÃO: Este cronograma pretende facilitar a participação dos alunos nas aulas da disciplina. Mas pode sofrer alterações, em função de eventos e outros fatores capazes de interferir no calendário acadêmico, aqui parcialmente reproduzido. Em caso de mudança, os procedimentos serão informados na sala de aula, no período destinado à disciplina.

Bibliografia básica

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio Teixeira (orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LIMA, Alexandre Correa. Pesquisas de opinião pública: teoria, prática e estudos de caso. São Paulo: Novatec Editora, 2017.

LOPES, Valéria de Siqueira Castro; PENAFIERI, Vânia. Opinião e pesquisa: instrumentos de orientação e de avaliação. In: FARIAS, Luiz Alberto (org.). *Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos*. São Paulo: Summus, 2011, pp. 265-309.

MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de Marketing: foco na decisão. São Paulo: Pearson Brasil, 2011.

SAMARA, Beatriz; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Avaliação da disciplina

Provas síncronas e individuais – 10 pontos cada

Atividades em classe – 2 pontos cada, totalizando 10 pontos

A nota final do bimestre resultará da média das notas obtidas nas avaliações propostas.