



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS**  
**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO**

**PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR**

**TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

**STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input checked="" type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	---	-----------------------------------

**DADOS DO COMPONENTE**

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
<b>COMN0065</b>	Assessoria de Comunicação	30	30	3	60	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

**EMENTA**

O que é e como funciona uma assessoria de comunicação. Qual o seu papel, objetivos e formas de atuação. A assessoria de comunicação em projetos culturais. A questão ética e a relação com os meios de Comunicação.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Comunicação no contexto organizacional;
- Assessoria de Comunicação: história, origem e desenvolvimento, conceitos e funções;
- Assessoria de Comunicação e a formação da opinião pública;
- Assessoria de Comunicação de projetos culturais
- Controle e fluxo de informação organizacional;
- As questões éticas relativas à Assessoria de Comunicação;
- A estrutura funcional de uma Assessoria de Comunicação;
- As relações empresa/instituição e imprensa, e assessor/jornalista;
- Conhecendo as redações;
- Comunicação interna e externa e a comunicação integral
- A comunicação como estratégia de gerenciamento de crises de imagem
- O papel da assessoria de comunicação no gerenciamento de crises organizacionais
- Produtos e serviços de uma AI: clipagem, releases, marcação de entrevistas, etc.;
- Plano de assessoria de comunicação: estrutura e elaboração de plano de mídia

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2011.

FERRARETTO; ElisaKopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. *Assessoria de Imprensa: teoria e prática*. São Paulo: Summus, 2009.

LOPES, Boanerges. *O que é assessoria de imprensa*. São Paulo Brasiliense, 1995.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial alinhando teoria e pesquisa*. Barueri: Manole, 2003.

FENAJ. *Manual de assessoria de imprensa*. São Paulo, 1.986.

FENAJ. *Assessoria de Imprensa: o papel do assessor*. Brasília, 1996.

LOPES, Boanerges. *Comunicação empresarial: transformações e tendências*. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

MAFEI, Maristela. *Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



---

*Emitido em 08/11/2022*

**EMENTA Nº 1743/2022 - SEGEC (12.33.89)**

**(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)**

*(Assinado digitalmente em 08/11/2022 19:23 )*

**MARCELO MACHADO MARTINS**

*COORDENADOR - TITULAR*

*CGCS (12.33.18)*

*Matrícula: 1508076*

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:  
**1743**, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **08/11/2022** e o código de verificação: **494404215f**