


FICHA Nº 1 (permanente)

Disciplina: Tópicos Especiais em Relações Públicas I						Código: OC351	
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa			(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: PLANEJAMENTO DE MARKETING		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ().... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
CH semanal: 04							
EMENTA (Unidades Didáticas)							
Estudos especiais em Relações Públicas.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u>							
Assinatura:							
							

**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGENTI, Paul A. Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2011.

CESCA, Cleuza G. Gimenes & CESCA, Wilson. Estratégias empresariais diante do novo consumidor. São Paulo: Summus, 2003.

FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). Relações Públicas Estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo. Summus, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GIANNETTI, Claudia. Estética Digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.

REVISTA ORGANICOM. Redes Sociais: Usos Corporativos. São Paulo: Eca/Usf, volume 12, número 22, 2015.

TERRA, Carolina Frazon. Mídias sociais... e agora? – O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011a.