



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE ENSINO			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus:	Goiabeiras
Curso:	ADMINISTRAÇÃO		
Departamento Responsável:	ADMINISTRAÇÃO		
Data de Aprovação (Art. nº 91):	28/03/2022		
Docente Responsável:	Profa. Dra. Flávia Meneguelli Ribeiro Setubal		
Qualificação/link para o Currículo Lattes:	http://lattes.cnpq.br/9026400088071687		
Disciplina:	Tópicos Especiais em Gestão de Marketing	Código:	ADM06167
Pré-requisito:	ADM06148 - Administração de Marketing	Carga Horária Semestral:	60 horas
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teoria	Exercício	Laboratório
	60	--	---
Ementa: A disciplina compreende a realização de estudos especiais em Administração de Marketing de relevância para a formação acadêmica do aluno em sua respectiva área de concentração de estudos. Estes estudos específicos visam a permitir a permanente atualização na área, através de temas não contemplados em outras disciplinas.			
Objetivos Específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Apresentar distinções dos conceitos de imagem, identidade e reputação;2. Desenvolver estudos sobre os tipos de crises de imagem, localizando o Brasil, neste contexto;3. Proporcionar conhecimentos e capacitar os participantes sobre a elaboração de um Plano de Gerenciamento de Crises.4. Gerar discussões sobre as formas de como se lidar com a mídia.			
Conteúdo Programático: UNIDADE 1. CONCEITOS INICIAIS GESTÃO DE CRISES DE IMAGEM (10h) <ol style="list-style-type: none">1. Imagem identidade e reputação2. O que é crise? Características e Origem.3. Prevenção e Gestão de Risco.4. A crise no Brasil. UNIDADE 2. PLANEJAMENTO DE GESTÃO DE CRISES (10h) <ol style="list-style-type: none">1. Comunicação de crise: como construir mensagens-chave.2. Tipos de crises e consequências3. Plano de Gestão de Crises.4. Plano de Gestão de Comunicação. UNIDADE 3 – GRUPO DE GERENCIAMENTO DE CRISES (10h) <ol style="list-style-type: none">1. Líderes e Porta-vozes.2. Formação do Grupo de Gerenciamento de Crises3. A Questão Jurídica.4. Como funciona a Mídia.			

UNIDADE 4 – ESTUDOS DE CASO (20h)

1. Crises no Brasil e no Mundo
2. Crises no ambiente virtual

Complemento de carga horária

Avaliação – 8 horas

Margem de imprevistos – 2 horas

Total de carga horária – 60 horas

Metodologia:

- 1) Aulas expositivas e interativas;
- 2) Trabalhos em grupo
 - 2.1) Estudos de caso e exercícios.
 - 2.2) Apresentação de seminários.
- 3) Leituras de artigos e discussão.
- 4) Exibição de vídeos e filmes que ilustrem situações relacionadas à disciplina. Debates sobre os vídeos/filmes.

Critérios/Processo de avaliação da Aprendizagem:

- Avaliação da produção individual (teórica).
- Participação em aula.
- Realização dos exercícios teóricos e práticos propostos.
- Avaliação em grupo: desenvolvimento de projetos.

Pontuação 1º bimestre

Prova individual: 5,0 pontos

Apresentação de Seminário: 3,0 pontos

Participação nas atividades propostas: 2,0

Total: 10 pontos

Pontuação 2º bimestre

Prova individual: 5,0 pontos

Desenvolvimento de pesquisa e elaboração de artigo: 3,0 pontos

Participação nas atividades propostas: 2,0

Total: 10 pontos

Média final: Média 1bi + Média 2bi / 2

Bibliografia Básica:

FORNI, João José. **Gestão de Crises e Comunicação**: o que os gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2015.

ROSA, Mário. **A era do Escândalo**: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. 3 ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

Bibliografia complementar:

ABRAP. **Manual de Gestão de Crise e Imagem**. Comissão Técnica Regional Centro-Norte de Comunicação e Marketing. Outubro/2015.

ALVES, José Eduardo Prestes. Comunicação de risco, elemento-chave na Gestão de crises corporativas e um desafio para o século XXI: a teoria na prática, situação atual e tendências. **Organicom**. Ano 4. Número 6. 1º semestre de 2007.

CALDINI, Alexandre. Como gerenciar a crise. **Exame**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 116-118, jan. 2000.

CARVALHO, Cíntia; MONTARDO, Sandra Portella; ROSA, Helaine Abreu. Blogs como ferramentas de gerenciamento da imagem das organizações. **UNIrevista** - Vol. 1, nº 3: (julho 2006).

CARVALHO, Carlos Eduardo Souza de. A fabricação do presidente: estratégias para a construção da imagem de Fernando Collor de Mello na eleição presidencial de 1989, na televisão. Dissertação (mestrado) – **Universidade Federal de Mato Grosso**, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2005. “Orientação: Profº Drº Pio Penna Filho”.

FERREIRA, Ana Cláudia Klein. Gestão de crise de imagem em organizações educacionais. Dissertação (mestrado profissional). **Universidade do Vale do Rio dos Sinos**. Pós-graduação em gestão educacional. São Leopoldo, RS, 2015. Orientador: Prof. Dr. Alam de Oliveira Casartelli.

FIGUEIREDO NETO, Celso; BACHA, Maria de Lourdes; THOMAZ, José Carlos; PRANDO, Rodrigo. Identidade, Imagem e Reputação: da gestão de marca à gestão da comunicação política. Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem – **ENCOI**, 24 e 25 de novembro de 2014. Londrina, PR.

FORNI, João José. Comunicação em Tempos de Crise. Entrevista a Luiz Alberto de Farias. **Organicom**. Ano 4. Número 6. 1º semestre de 2007.

GLUER, Laura Maria. Comunicação e poder na cobertura jornalística das crises da aviação: uma análise dos acidentes Tam 3054 e Af 447 na Revista Veja. Tese de Doutorado. **Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social**. Faculdade de Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Novembro, 2010.

LASBECK, Luiz Carlos Assis. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. **Organicom**. Ano 4. Número 7. 2º semestre de 2007.

MORTARI, Elisângela Carlosso Machado; Santos, Suzana Fernandes dos. Monitoramento de redes sociais digitais como estratégia Organizacional. **Intercom** – RBCC. São Paulo, v.39, n.1, p.91-109, jan./abr. 2016

PEIXOTO, Luana Moreira. Gerenciamento de Crise - O Caso Cespe. Trabalho de Conclusão de Curso. Pós-graduação de Assessoria em Comunicação Pública do **Instituto de Educação Superior de Brasília – IESB**. Orientador: João José Forni. Brasília, 2006.

QUEIROZ, Adolpho. De Debret a Nizan: a construção da imagem pública dos Governantes. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, volume XXII, nº 1, jan/jun, 1999, pág. 69-77. Revista da Reputação. Edições diversas.

SOUZA, Paulo Roberto da Silva de. Fernando Collor na Imprensa Brasileira: representações em torno da sedução e da Satanização. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-graduação em História Social das Relações Políticas. **Universidade Federal do Espírito Santo**. Orientador: Prof. Dr. Carlos Vinicius Costa de Mendonça. Vitória, 2008.

SILVEIRA, Maurício. A importância do plano de gerenciamento de crises em empresas prestadoras de serviços: Estudo de caso. **RP em Revista**. ANO 8 – N.25 – SALVADOR/BA – FEV, 2010 – ISSN: 1809-1687

TEIXEIRA, Patrícia B. **Caiu na rede. E agora?** Gestão e Gerenciamento de Crises nas Redes Sociais. São Paulo: Évora, 2013.

OBS.: Os artigos e demais textos (estudos de caso, slides, material de apoio) serão disponibilizados na plataforma Google Classroom, na sala da disciplina.

Filmografia:

Spotlight: EUA, Sony Pictures (2012).

Nação Fast Food: EUA, BBC Films (-).

O discurso do Rei: EUA, Paris Films (2011).

Cronograma:

Aulas de 2 horas de duração.

	Aula	Conteúdo
1	20/04	Apresentação do programa da disciplina, da professora e dos alunos.
2	22/04	Discussão sobre os conceitos de imagem, identidade e reputação.
3	27/04	Estudo de caso: Domino's Pizza. Exibição de vídeo e leitura do caso.
4	29/04	O que é crise? Características e Origem.
5	04/05	Exibição e debate do filme Spotlight.

6	06/05	Prevenção e Gestão de Risco. A crise no Brasil.	
7	11/05	Comunicação de crise: como construir mensagens-chave.	
8	13/05	Estudo de caso: Vencendo a Turbulência	
9	18/05	Tipos de crises e consequências – livro Forni (p. 35). Texto: Vereadores em Porto Seguro	
10	20/05	Vídeo: o desastre do Costa Concórdia. Debate.	
11	25/05	Plano de Gestão de Crises. Plano de Gestão de Comunicação. Líderes e Porta-vozes.	
12	27/05	Faça uma proposta de formação de um Grupo de Gerenciamento de Crises para uma empresa que você conheça/trabalhe. Quem deveria fazer parte dele e por quê?	
13	01/06	A Questão Jurídica. Como funciona a Mídia.	
14	03/06	Prova 1º bimestre.	
15	08/06	Apresentação Trabalho 1º bimestre	
16	10/06	Crises no ambiente virtual (parte 1).	
17	15/06	Documentário: Nação Fast Food – identificar possíveis focos de crise, no contexto da história.	
18	22/06	Crises no ambiente virtual (parte 2).	
19	24/06	Estudo de caso: O naufrágio de um colosso. Debate.	
20	29/06	Filme “O Discurso do Rei”: debate.	
21	01/07	Pesquisa sobre casos ocorridos no ES e entorno: a lama da Samarco, o desmoronamento do Grand Park, a creche Praia Baby. Exercício de análise qualitativa e quantitativa do <i>clipping</i> de notícias.	
22	06/07	Estudo de caso: Com o Jaleco de Porta-voz	
23	08/07	Reunião para discussão do trabalho do 2º bimestre, sob orientação da professora.	
24	13/07	Leitura e debate do Texto JK.	
25	15/07	Leitura do texto “A comunicação estratégica e a crise de imagem da Coselli”. Debate entre grupos (defesa e acusação): caso Coselli.	
26	20/07	Reunião para finalização do trabalho do 2º bimestre, sob orientação da professora.	
27	22/07	Prova 2º bimestre	
28	27/07	Apresentação trabalho 2º bimestre.	
29	05/08	Divulgação dos resultados.	
30	10/08	Prova Final	