

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO JUDICIÁRIA E MARKETING PESSOAL

PROF. MS. ANCHIETA SILVEIRA – CARGA HORÁRIA : 15 HORAS/AULA

Ementa

A comunicação como estratégia organizacional. Será mostrado como as ferramentas de comunicação, utilizadas nos ambientes interno e externo da instituição, são fundamentais para a criação ou manutenção de uma imagem positiva. Planejamento e pesquisa em comunicação. A importância do marketing nas organizações e como lançar mão das ferramentas de marketing pessoal. Como as técnicas de comunicação e marketing podem ser aplicadas ao Judiciário.

Objetivos

Instrumentalizar o aluno com teorias e práticas de comunicação e marketing nas organizações, procurando familiarizá-lo com a realidade do Judiciário. Possibilitar a compreensão da comunicação interna e externa e como utilizar suas ferramentas. Propiciar o conhecimento e utilização de técnicas de marketing pessoal.

Conteúdo programático

Unidade I – O processo da comunicação, sua importância estratégica para a organização, técnicas e ferramentas de comunicação interna (comunicação oral e escrita, audiovisual, eletrônica, relações públicas etc.), planejamento de comunicação e pesquisa.

Unidade II – Técnicas e ferramentas de comunicação externa (comunicação com a sociedade e a mídia, ouvidoria, imagem corporativa etc.). A linguagem jurídica.

Unidade III – Noções de marketing, posicionamento, planejamento mercadológico e marketing pessoal.

Metodologia

Aulas expositivas com utilização de datashow e quadro, debates em sala de aula e trabalhos individuais ou em grupo.

Avaliação

Aula 1 (dia 06/05) - Trabalho individual - redação sobre a primeira unidade , mínimo 20 linhas.

Valor: 3 pontos

Aula 2 (dia 08/05) – Trabalho em sala de aula (grupos) sobre o assunto do dia.

Valor: 3 pontos

Aula 3 (dia 13/05) – Trabalho final sobre marketing.

Valor: 4 pontos

Bibliografia

CAHEN, Roger. *Comunicação empresarial*. São Paulo: Best Seller, 1990. (capítulo 7)

CARVALHO NETO, Pedro. *Marketing pessoal*. Fortaleza: Texto e Contexto, 1999.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

NASSAR, Paulo & FIGUEIREDO, R. *O que é comunicação empresarial* (coleção Primeiros Passos). São Paulo: Brasiliense, 1995.

REGO, Gaudêncio Torquato. *Comunicação empresarial-comunicação institucional*. Rio de Janeiro: Summus, 1986.

Instrutor

José de Anchieta Silveira é mestre em Administração de Empresas (Uece), versando sua dissertação de conclusão de curso sobre "Marketing de Marca". Pós-graduado em Economia para Jornalistas (CAEN/UFC) e graduado em Comunicação Social (UFC). Cursa atualmente MBA em Empreendedorismo (FA7-Brazilian Business School).

Formação profissional:

- Repórter de Cidade e Política de Tribuna do Ceará (1989-1991) e Economia do Diário do Nordeste (1991-1995)
- Coordenadoria de Imprensa do Governo Tasso (1995 a 2002)
- Professor da FIC - Jornalismo, Publicidade, Turismo e Administração (2001-2005)
- Tribunal de Justiça do Estado (a partir de 1985) – tendo atuado na Assessoria de Imprensa do TJ (2003-2006) e estando atualmente à disposição da Associação dos Servidores (Aspjuce)