



Especialização em Administração Judiciária

Disciplina: **COMUNICACAO JUDICIÁRIA E MAKETING PROFISSIONAL**

Professor: Pedro Carvalho de Oliveira Neto.

Carga horária: 16 horas

1. Objetivo

O aluno deverá ser capaz de compreender os princípios da Comunicação e do Marketing do Profissional.

2. Ementa

A disciplina trata do como se relacionar com a imprensa falada, escrita e televisionada. Comunicação com a sociedade local, negociação, visão estratégica. Como promover a ação do judiciário, estabelecer relações estratégicas e elaborar um plano de marketing profissional.

2.1 Programa

A disciplina proporciona ao aluno o acesso à metodologia da Comunicação e do Marketing incluindo os seguintes tópicos:

- Relação com a câmera e com o repórter
- Linguagem
- Linguagem jornalística
- Porque é o receptor o principal ator na comunicação
- Que é marketing do profissional
- Posicionamento de mercado
- Plano Estratégico de Marketing.

3. Referências/Bibliografia

- CAHEN, Roger. *Comunicação empresarial*. São Paulo: Best Seller, 1990.
- CARVALHO NETO, Pedro. *Marketing Pessoal*. Fortaleza: Texto & Contexto, 1999.
- CHURCHILL, G. A. *Marketing - Criando valor para os Clientes*. São Paulo: Saraiva, 2000.
- DIAS, S. R. (coord.). *Gestão de Marketing*. São Paulo: Saraiva, 2003. 539 p.
- GIGLIO, E. *O comportamento do Consumidor*. São Paulo: Pioneira Learning, 2002.
- GOLD, Mirian. *Redação empresarial*. São Paulo: Makron Books, 2002.
- Hall, 2005.
- HAMPTON, David R. *Administração contemporânea*. São Paulo: Makron Books, 1992.
- KOTLER, P. *Administração de marketing: edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2001.
- SANDHUSEN, R. L. *Marketing Básico*. São Paulo: Saraiva, 2000. 494 p.

4. Estrutura das aulas

Duração : 5 horas/aula

Momento 1 : avaliação escrita sobre o assunto da aula anterior

Momento 2: explanação do professor e discussão sobre o assunto da aula

Momento 3: apresentação pelos alunos de algum assunto determinado na aula anterior

5. Pré-requisitos

Não há pré-requisitos.

6. Observações

Os trabalhos propostos pelo professor devem ser entregues com as seguintes especificações:

- Máximo de 2 folhas (laudadas),
- Tamanho da fonte: 12,
- Espaço 1,5
- Os assuntos a serem discutidos em cada aula devem ser previamente estudados pelos alunos.

7. Avaliação

Média aritmética das avaliações escritas realizadas nas aulas: 50%

Participação do aluno (composta por apresentações / frequência / Elaboração de mini-papers / discussões): 20%

Artigo completo: 30% (o formato para apresentação do artigo encontra-se no *site* da ANPAD (www.anpad.org.br)).

8. Informações Complementares

O Professor Pedro Carvalho Neto é Doutorando em Desenvolvimento Regional Planejamento Territorial pela Universidade de Barcelona, Mestre (DEA – Diploma de Estudos Avançados) em Desenvolvimento Regional Planejamento Territorial pela Universidade de Barcelona, Mestre em Administração pela Universidade de Fortaleza, Graduado em Administração pela UECe. Publicou os seguintes trabalhos:

- Livro: **Marketing Pessoal, o posicionamento pessoal através do marketing** (6ª Edição) Registrado na Biblioteca Nacional - ©1993 : ISBN 85-901089-1-0.
- Livro: **Vem e Vê**, Seminário de Integração e Motivação (1ª Edição) ISBN 85-901089-3-7.
- Livro: **Tese da Aranha, Mercadologia** (1ª Edição) ISBN 85-901089-4-5.
- Livro: **Desenvolvimento Gerencial**, (1ª Edição) ISBN 85-901089-2-5.
- Dissertação: **O Marketing Aplicado ao Profissional Liberal** – Mestrado Unifor, 2000.
- Dissertação: **Análise do Desenvolvimento Social no Semi-árido**- Estudo de Caso Aquiraz – Mestrado - Diploma de Estudos Avançados – DEA, Universidade de Barcelona, 2003.
- Artigo: **Condicionamiento social y el planteamiento para la erradicación de la pobreza** III Seminario Internacional de la Red Temática Medamérica, Barcelona 2002.