



<i>Disciplina</i>	Gestão de Empresas Jornalísticas	<i>Código</i>	CSA 512
-------------------	---	---------------	----------------

Código equivalente

<i>Departamento</i>			<i>Unidade</i>	
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E SERVIÇO SOCIAL (DECSO)			INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (ICSA)	
<i>Carga Horária Semanal</i>	<i>Teórica</i>	<i>Prática</i>	<i>Duração/Semanas</i>	<i>Carga Horária Semestral</i>
4h	2h	2h	18	60h-72h/a*

Ementa

Visão histórico-crítica da evolução dos conceitos e gestão dos empreendimentos jornalísticos. O processo para constituição de uma empresa jornalística (redação, departamento comercial, administração, oficinas e distribuição). Empreendimentos jornalísticos contemporâneos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Panorama do mercado de jornais, revistas, rádio, TV e vídeo no Brasil e no exterior.
2. Gestão de empresas jornalísticas públicas, privadas e comunitárias.
3. Questões jurídicas, mercadológicas e éticas nas empresas jornalísticas.
4. O empreendedorismo jornalístico
5. O mercado midiático independente.
 - 5.1. O jornalismo freelancer
6. Gestão de produção e de transmissão de produtos jornalísticos.
7. Produtos de informação, de entretenimento e educacionais.
8. O marketing institucional e a produção independente.
9. Pesquisa de audiência.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

DORNELAS, José C. Assis. **Empreendedorismo** : transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RAINHO, João Marcos. **Jornalismo freelance** : empreendedorismo na comunicação. São Paulo: Summus, 2008.

SODRE, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.

WENDHAUSEN, Henrique. **Comunicação e mediação das ONGs**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

COMPLEMENTAR

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CARDOSO, Ruth; IOSCHPE, Evelyn Berg. **Terceiro setor** : desenvolvimento social sustentado. São Paulo: Paz e Terra, 2005.



HAIM, Marie; GALANTE DE SÁ, Patricia Riccelli; CASTRO, Ricardo de; WAISSMAN, Vera. **Comunicação integrada de marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

ITACARAMBI, Paulo (coord.). **8º Prêmio Ethos de Jornalismo** : empresas e responsabilidade social. São Paulo : Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2008.

LUCENA, Ana Paula Costa de. **Comunicação pública ou marketing político?** : informação, dialogo e participação. Rio de Janeiro: Luminária, 2012.

MELO, José Marques de. **Jornalismo brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação pública**. Campinas-SP: Alínea, 2004.

RUGGERI, Rene G. **Gerenciamento de projetos no terceiro setor**. Rio de Janeiro: Brasport; 2011.

TACHIZAWA, Takeshy . **Organizações não governamentais e terceiro setor** : criação de ONGs e estratégias de atuação. São Paulo: Atlas, 2010

VOLTOLINI, Ricardo. **Terceiro setor** : planejamento e gestão. São Paulo: Senac, 2009.

* h/a é igual a 50 minutos