

**ESCOLA DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS  
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS**

<b>PLADIS</b>	
<b>DISCIPLINA: ELETIVAS</b>	<b>Cg H TOTAL: 30</b>

<b>FASE</b>	<b>CURSO</b>	<b>MÓDULO</b>
PRESENCIAL	COMUNICAÇÕES	3/4

<b>COMPETÊNCIA PRINCIPAL:</b> Atuar como agente de Comunicação Social do Exército Brasileiro.
<b>UNIDADE DE COMPETÊNCIA:</b> Compreender a atividade de Relações Públicas no EB. Compreender a atividade de Assessoria de Imprensa no EB. Compreender a atividade de Divulgação Institucional no EB.
<b>ELEMENTO DE COMPETÊNCIA</b> Participar do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx). Compreender a importância do militar como representante da imagem institucional. Preservar e fortalecer a imagem institucional.

<b>UD I: Fundamentos da Comunicação Social no Exército Brasileiro</b>	<b>Cg H: 03</b>		<b>OBJETIVOS DA APRENDIZAGEM / EIXO TRANSVERSAL</b>
<b>ASSUNTOS</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
1. Missão e atividades da Comunicação Social no Exército Brasileiro.	3	-	
2. Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX).			- Compreender a missão, atividades, pilares, princípios e agentes da Comunicação Social no Exército Brasileiro. (CONCEITUAL)  - Compreender a estrutura e as atribuições do Sistema de Comunicação Social do Exército. (CONCEITUAL) - Compreender os objetivos da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEX). (FACTUAL)

3. Seções de Comunicação Social nível unidade e subunidade.			- Compreender a estrutura, a finalidade e as principais atribuições da comunicação social nas seções em organizações militares nível unidade e subunidade. (CONCEITUAL)
4. Introdução à comunicação social nas operações terrestres.			- Conhecer as ações de comunicação social nas operações terrestres. (FACTUAL)

<b>UD II: Relações Públicas no Exército Brasileiro</b>	<b>Cg H: 03</b>		<b>OBJETIVOS DA APRENDIZAGEM / EIXO TRANSVERSAL</b>
<b>ASSUNTOS</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
1. A atividade de Relações Públicas.  2. Públicos-alvo.  3. Atendimento ao público.	1	-	- Compreender os princípios, funções e principais ferramentas de Relações Públicas no Exército Brasileiro. (CONCEITUAL)  - Identificar os públicos de interesse do Exército Brasileiro. (FACTUAL)  - Compreender a relevância do atendimento ao público na imagem institucional. (CONCEITUAL) - Compreender as expectativas e os tipos de atendimento nas diversas organizações militares. (FACTUAL) - Compreender os principais aspectos da Lei de Acesso à Informação e do Serviço de Informação ao Cidadão do Exército (SIC-EB). (CONCEITUAL)
4. Eventos no Exército Brasileiro.	2	-	- Compreender a importância dos eventos no Exército Brasileiro como ferramenta de RP para promover a imagem institucional. (CONCEITUAL) - Conhecer os principais eventos sugeridos para o relacionamento de organizações militares e seus distintos públicos. (FACTUAL) - Compreender as principais ações sobre cerimonial público e ordem geral de precedência nos eventos militares. (CONCEITUAL)
5. Plano de Comunicação Social.			- Conhecer os principais aspectos a respeito da elaboração do Plano de Comunicação Social de uma organização militar. (CONCEITUAL)

<b>UD III: Língua portuguesa aplicada à Comunicação Social</b>	<b>Cg H: 03</b>		<b>OBJETIVOS DA APRENDIZAGEM / EIXO TRANSVERSAL</b>
<b>ASSUNTOS</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
<p>1. Comunicação e linguagem.</p> <p>2. Dicas de oratória.</p> <p>3. Barreiras linguísticas e ruídos na comunicação.</p> <p>4. Gêneros textuais.</p>	3	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender aspectos que envolvem a comunicação e sua influência no ambiente organizacional. (CONCEITUAL)</li> <li>- Compreender as funções sociais ideológicas, interpessoais e textuais da linguagem e que cada função ganha relevância de acordo com o objetivo do emissor. (CONCEITUAL)</li> <li>- Compreender as estratégias da linguagem verbal e não-verbal. (CONCEITUAL)</li> <li>- Identificar as principais estratégias de linguagem verbal e não-verbal. (FACTUAL)</li> <li>- Identificar os elementos linguísticos e extralinguísticos que podem comprometer uma comunicação eficaz. (FACTUAL)</li> <li>- Identificar a estrutura do texto jornalístico, de divulgação institucional e de comunicação oficial. (FACTUAL)</li> </ul>
<p><b>UD IV: Divulgação Institucional no Exército Brasileiro</b></p> <p><b>ASSUNTOS</b></p> <p>1. A imagem do Exército Brasileiro.</p> <p>2. Introdução ao <i>marketing</i> institucional.</p> <p>3. Meios e produtos de divulgação institucional do Exército Brasileiro.</p>	4	-	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS DA APRENDIZAGEM / EIXO TRANSVERSAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender o conceito de imagem institucional do Exército Brasileiro. (CONCEITUAL)</li> <li>- Compreender a importância do nome institucional para a gestão da reputação de uma organização e do papel de todo militar como representante do Exército Brasileiro. (CONCEITUAL)</li> <li>- Conhecer os níveis de planejamento de <i>marketing</i> institucional. (FACTUAL)</li> <li>- Compreender a utilização de veículos de comunicação mais adequados à uma organização militar. (CONCEITUAL)</li> <li>- Identificar os meios e produtos de divulgação institucional do Exército Brasileiro. (FACTUAL)</li> </ul>

4. Produção de material para divulgação institucional.			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender as técnicas para a produção de textos jornalísticos e para as mídias digitais do Exército Brasileiro. (CONCEITUAL)</li> <li>- Compreender a dinâmica de envio de material para publicação nos meios de divulgação do CCOMSEx. (FACTUAL)</li> </ul>
5. As mídias sociais no Exército Brasileiro.	4	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descrever as normas do Exército Brasileiro para criação e gerenciamento de perfis pessoais e profissionais nas mídias sociais. (FACTUAL)</li> <li>- Compreender os usos e as condutas nas mídias sociais de acordo com a legislação em vigor. (CONCEITUAL)</li> </ul>
6. Gestão da imagem nas mídias sociais.			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender as principais situações que reverberam a imagem do Exército Brasileiro a partir das mídias sociais. (CONCEITUAL)</li> </ul>

<b>UD V: Assessoria de Imprensa no Exército Brasileiro</b>	<b>Cg H: 12</b>		<b>OBJETIVOS DA APRENDIZAGEM / EIXO TRANSVERSAL</b>
<b>ASSUNTOS</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
1. Relacionamento com a mídia.	3	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender o perfil do repórter. (CONCEITUAL)</li> <li>- Compreender a maneira adequada de relacionamento com a mídia.(CONCEITUAL)</li> </ul>
2. Atendimento à imprensa.			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender os procedimentos de atendimento à imprensa e os documentos dirigidos à mídia. (CONCEITUAL)</li> </ul>
3. Noções de técnicas de entrevistas e dicas de <i>media training</i> .			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Compreender as providências essenciais para a concessão de entrevista individual e coletiva. (CONCEITUAL)</li> <li>- Conhecer as orientações básicas de preparação do local e do entrevistado, organização das mensagens e de apresentação e postura durante e após uma entrevista individual e coletiva. (FACTUAL)</li> </ul>
4. Estudos de casos de crises de imagem.	3	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinguir gestão e gerenciamento de crise. (CONCEITUAL)</li> <li>- Compreender assuntos e situações sensíveis que possam trazer danos à imagem institucional. (CONCEITUAL)</li> <li>- Conhecer casos com exposição midiática de gerenciamento de crises de imagem do Exército Brasileiro. (FACTUAL)</li> <li>- Conhecer o emprego da comunicação social para o gerenciamento de uma crise de imagem. (FACTUAL)</li> </ul>

5. <i>Media training.</i>	3		- Executar a dinâmica de uma entrevista individual. (PROCEDIMENTAL)
6. Dinâmica de um veículo de comunicação televisivo ou escrito.	3	-	- Compreender o processo de produção e veiculação da notícia jornalística de uma emissora de TV ou redação. (CONCEITUAL)

### ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

#### 1. Procedimentos Didáticos

- a. Cada UD é uma disciplina eletiva.
- b. A UD III será ministrada pelo Centro de Estudo de Pessoal.

#### 2. Indicações Básicas de Segurança na Instrução

- Não há.

**REFERÊNCIAS**

- BRASIL. Exército. **Diretriz de Comunicação Social do Exército**. Brasília, DF: Comando do Exército, 2019.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Estatuto dos Militares**. Brasília, DF: Estado-Maior do Exército, 1980.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Plano de Comunicação Social do Exército Brasileiro de 2018/2019**. Brasília, DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2017.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB10-IG-01.010)**. Brasília, DF: Comando do Exército, 2015.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Manual de Fundamentos EB20-MF-03-03.103, de Comunicação Social**. 2.ed., Brasília, DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2017.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Manual Técnico EB10-MT-11.001 – Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social**.1.ed., Brasília, DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2017.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Manual de Uso da Marca Exército Brasileiro**. Brasília, DF: Comando do Exército, 2008.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Normas para Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no Âmbito do Exército Brasileiro**. Brasília, DF: Estado-Maior do Exército, 2019.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Normas para a Organização e o Funcionamento do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx)**. Brasília, DF: Comando do Exército, 2003.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Vade-Mécum de Cerimonial Militar do Exército**. Brasília, DF: Comandante do Exército, 2001.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Vade-Mécum 07 – Prática de Cerimonial e Protocolo**. Brasília, DF: Comandante do Exército, 2001.
- \_\_\_\_\_. Exército. **Vade-Mécum de Cerimonial Militar do Exército – Honras de Recepção e Despedida de Autoridade na OM (VM 03)**. Brasília, DF: Comandante do Exército, 2001.
- \_\_\_\_\_. Presidência da República. **Normas do Cerimonial Público e Ordem Geral de Precedência**. Brasília, DF: Casa Civil,1972.
- \_\_\_\_\_. Presidência da República. **Regulamento Disciplinar do Exército**. Brasília, DF: Casa Civil,2002.
- DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. v.1. São Paulo: Saraiva, 2009.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. v.2. São Paulo: Saraiva, 2009.
- LUZ, Olenka Ramalho. **Introdução ao Cerimonial e Protocolo: público, privado e empresarial**. 1.ed. Curitiba: Editora Santa Mônica, 2000.