



PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA				
CÓDIGO		NOME		
OCS006		MARKETING E COMUNICAÇÃO PARA O TERCEIRO SETOR		
CARGA HORÁRIA				NOME DO CURSO
T	P	E	TOTAL	
30			30	Comunicação Social com habilitação em Propaganda e Marketing
EMENTA				
Emergência do Terceiro Setor e as consequências do fenômeno da mobilização da sociedade civil na dinâmica mundial. Gestão de Pessoas. Voluntariado e oportunidades de trabalho no setor social. Cidadania Empresarial e Responsabilidade Social. Gerenciamento de projetos sociais e estruturas organizacionais inovadoras. Marketing Social e Estratégias de Comunicação no contexto das organizações do Terceiro Setor. Desenvolvimento Sustentável (Meio Ambiente).				
OBJETIVOS				
Habilitar o discente para a compreensão da realidade do Terceiro Setor e as consequências do fenômeno da mobilização da sociedade civil na dinâmica mundial.				
METODOLOGIA				
Aulas expositivas, debates, interpretação e discussão de estudos de caso, visitas e atividades práticas, exercícios e trabalhos em grupo.				
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
<ul style="list-style-type: none">• Conceito de Terceiro Setor;• As consequências do fenômeno da mobilização da sociedade civil na dinâmica mundial;• Gestão de Pessoas;• Voluntariado e oportunidades de trabalho no setor social;• Cidadania Empresarial;• Responsabilidade Social;• Gerenciamento de projetos sociais;• Estruturas organizacionais inovadoras;• Marketing Social;• Estratégias de Comunicação no contexto das organizações do Terceiro Setor;• Desenvolvimento Sustentável (Meio Ambiente).				
RECURSOS DIDÁTICOS				
Quadro branco, Power Point, televisor, vídeo, retro projetor, multimídia.				
AVALIAÇÕES				
Avaliação escrita, trabalhos, estudos de casos.				
REFERÊNCIA				
Básica MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Empreendedorismo social . Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002. GOHN, Maria da Glória Marcondes. Mídia, terceiro setor e MST . Petrópolis: Vozes, 2000. FEERNANDES, Rubem Cesar. Privado porém público . Rio de Janeiro: Relume –Dumara, 2002. MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Gestão da responsabilidade social corporativa . 2. ed. Rio de Janeiro : Qualitymark, 2004.				
Complementar BRESSER PEREIRA, Luis Carlos; WILHEIM, Jorge; SOLA, Lourdes (Orgs). Sociedade e estado em transformação . São Paulo: UNESP, 1999.				