

Concurso da Marinha do Brasil  
 Curso on-line Concurso de Comunicação Social QT da Marinha CP-T/2024  
<https://iscom.com.br/marinha>

Correlação entre os módulos do curso e o conteúdo programático do edital do concurso para ingresso no Quadro Técnico do Corpo Auxiliar da Marinha CP-T/2024

<b>Módulos do curso</b>	<b>Conteúdo programático do concurso</b>	<b>Livros indicados no edital</b>	<b>Resumos de capítulos de livros</b>
1.1 Fundamentos da comunicação	Conceitos, teorias, objetivos, modelos, métodos e meios, comunicação de massa, efeitos e meios da comunicação de massa.	MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das mídias digitais: linguagem, ambiente e redes. Vozes, 2015.	Teoria dos meios, de Luís Mauro Martino.
		MARTINO, Luís Mauro Sá. Teorias da comunicação: ideias, conceitos e métodos. Vozes, 2014.	A pesquisa norte-americana em comunicação, de Luís Mauro Sá Martino. Do texto ao contexto, de Luís Mauro Sá Martino. Estudos de recepção, de Luís Mauro Sá Martino. Estudos culturais, de Luís Mauro Sá Martino. Escola de Frankfurt e a crítica marxista, de Luís Mauro Sá Martino. Teoria da informação e mediatização, de Luís Mauro Sá Martino.
		MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. 16. ed. Loyola, 1999.	História das teorias da comunicação, de Armand e Michèle Mattelart.
2.1 Jornalismo	Entrevista: tipos e classificação das entrevistas; reportagem: conceitos, características, modelos, aberturas e formas de narrativas, pauta e fontes; notícia: características, critérios, classificação, elementos; fotojornalismo, ética, críticas e tendências do jornalismo.	BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias. Elsevier, 2013.	Pauta, entrevista e reportagem, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima. A ética, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001	Jornalismo, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
2.2 Meios de comunicação	Linguagem jornalística multimeios: jornalismo impresso; telejornalismo; radiojornalismo; jornalismo digital e on-line; mídias convergentes; características dos meios jornalísticos.	BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias. Elsevier, 2013.	Telejornalismo: produção e edição, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima. Telejornal: apresentador e âncora, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima. Jornalismo nas novas mídias, de Heródoto

<b>Módulos do curso</b>	<b>Conteúdo programático do concurso</b>	<b>Livros indicados no edital</b>	<b>Resumos de capítulos de livros</b>
			Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima.
		RODRIGUES, Carla (Org.). Jornalismo on-line: modos de fazer. PUC-Rio e Sulina, 2009	Definições de jornalismo on-line, de Carla Rodrigues . O jornalismo na era do celular, de António Fidalgo e João Canavilhas. Jornalismo na internet: desafios e perspectivas, de Thais Mendonça Jorge, Fábio Henrique Pereira e Zélia Leal Adghirni. Os critérios de noticiabilidade no jornalismo digital, de Leonel Aguiar.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001	Meios de comunicação, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
2.3 Redação	Características do texto jornalístico; redação, estilo e edição; tipos de <i>lead</i> (lide) e técnicas.	BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias. Elsevier, 2013	O texto para rádio, TV e internet, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima.
		SQUARISI, Dad. Manual de redação e estilo para mídias convergentes. Geração, 2011.	Redação e estilo para mídias convergentes, de Dad Squarisi.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001.	Redação, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
2.4 Teorias do jornalismo	Conceitos e teorias.	PENA, Felipe. Teoria do jornalismo. Contexto, 2013.	Conceitos jornalísticos, de Felipe Pena. Teorias do jornalismo, de Felipe Pena.
3.1 Marketing	Marketing: conceitos, princípios, canais, tendências e processos de marketing; pesquisa e planejamento de marketing; desenvolvimento de oportunidades e estratégias de marketing; desenvolvimento do mix de marketing; marketing de conteúdo; marketing digital; marca: valor, posicionamento e gerenciamento.	KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. 15. ed. Pearson, 2019	Conceitos e tarefas da administração de marketing, de Philip Kotler e Kevin Keller. Captura de oportunidades de marketing, de Philip Kotler e Kevin Keller. Conexões com os clientes, de Philip Kotler e Kevin Keller. Desenvolvimento de marcas fortes, de Philip Kotler e Kevin Keller. Desenvolvimento das ofertas ao mercado, de Philip Kotler e Kevin Keller. Comunicação do valor, de Philip Kotler e Kevin Keller. Entrega de valor, de Philip Kotler e Kevin Keller.

<b>Módulos do curso</b>	<b>Conteúdo programático do concurso</b>	<b>Livros indicados no edital</b>	<b>Resumos de capítulos de livros</b>
			Sucesso de longo prazo, de Philip Kotler e Kevin Keller.
		TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação nas organizações. Summus, 2015.	Marketing de produto e marketing institucional, de Gaudêncio Torquato.
3.2 Propaganda e publicidade	Conceitos, teorias e técnicas, pesquisa e planejamento de campanha publicitária; <i>briefing</i> ; redação e texto publicitário.	SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando D. Propaganda: teoria, técnica e prática. 9.ed. Cengage Learning, 2015.	Técnica e prática da publicidade, de Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Jr. e Luiz Garcia. Criação publicitária, de Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Jr. e Luiz Garcia. Agência de publicidade, de Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Jr. e Luiz Garcia. Mídia, de Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Jr. e Luiz Garcia.
		CARRASCOZA, João Anzanello. Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária. Estação das Letras e Cores, 2014.	Narrativa publicitária e consumo, de João Anzanello Carrascoza. Estratégias criativas da publicidade, de João Anzanello Carrascoza.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001.	Propaganda e publicidade, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
3.3 Design e produção gráfica	Produção gráfica e design gráfico, editoração, fechamento de arquivos e pré-impressão, processos de impressão, acabamento e tipologia.	BANN, David. Novo manual de produção gráfica. Bookman, 2012.	A perspectiva histórica da impressão e editoração, de David Bann. Editoração, fechamento de arquivo e pré-impressão, de David Bann. Impressão, papel, tinta e acabamento, de David Bann
		WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. Callis, 1995	Princípios de design, de Robin Williams. Criação através da tipologia, de Robin Williams.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001.	Design e produção gráfica, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
4.1 Relações públicas	Conceitos, teorias, processos, objetivos, pesquisa, auditoria, mercado e produtos; teorias, estratégias de relações públicas;	KUNSCH, Margarida. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Summus, 2003.	Relações públicas nas organizações, de Margarida Kunsch.

<b>Módulos do curso</b>	<b>Conteúdo programático do concurso</b>	<b>Livros indicados no edital</b>	<b>Resumos de capítulos de livros</b>
	relações públicas nas organizações; comunicação e opinião pública; públicos; eventos.	FARIAS, Luiz Alberto (Org.). Relações públicas estratégicas. Summus, 2011.	Planejamento e estratégia em relações públicas, de Luiz Alberto de Farias. Relações públicas governamentais, de Paulo Salgado. Eventos em relações públicas, de Ethel Pereira.
		TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação nas organizações. Summus, 2015.	Relações públicas e o consumidor, de Gaudêncio Torquato.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001.	Relações públicas, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
4.2 Comunicação organizacional	A comunicação nas organizações: conceitos e técnicas; estratégias de comunicação nas organizações: planejamento, planos, projetos e programas, gestão, mensuração; comunicação organizacional integrada; comunicação corporativa e reputação; nome, marca, identidade e imagem.	KUNSCH, Margarida. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Summus, 2003.	A comunicação nas organizações, de Margarida Kunsch. A filosofia da comunicação integrada, de Margarida Kunsch. Planejamento estratégico na comunicação organizacional, de Margarida Kunsch. Pesquisa e auditoria, de Margarida Kunsch. Plano, projetos e programas, de Margarida Kunsch.
		TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação nas Organizações. Summus, 2015.	Comunicação nas organizações, de Gaudêncio Torquato. A comunicação nas organizações públicas, de Gaudêncio Torquato. Jornalismo nas organizações, de Gaudêncio Torquato.
		FARIAS, Luiz Alberto (Org.). Relações públicas estratégicas. Summus, 2011.	Comunicação interna, de Else Lemos. Identidade, imagem e reputação, de Flavio Schmidt.
4.3 Comunicação digital	Comunicação digital; estratégias de comunicação nas mídias sociais; mídias convergentes.	CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Paz e Terra, 2017.	A sociedade em rede: tecnologia da informação, de Manuel Castells. A sociedade em rede: globalização, de Manuel Castells.
		FARIAS, Luiz Alberto de. Relações públicas estratégicas. Summus, 2011	A era dos megafones digitais, de Carolina Frazon Terra.
		MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das mídias digitais. Vozes, 2014.	Conceitos básicos das mídias digitais, de Luís Mauro Sá Martino.
		CIPRIANI, Fabio. Estratégias em mídias sociais. 2. ed. Elsevier, 2014.	Mídias sociais, de Fabio Cipriani. Estratégias nas mídias sociais, de Fabio Cipriani.

<b>Módulos do curso</b>	<b>Conteúdo programático do concurso</b>	<b>Livros indicados no edital</b>	<b>Resumos de capítulos de livros</b>
		JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2. ed. Aleph, 2009.	Cultura da convergência, de Henry Jenkins.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001.	Comunicação digital, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
4.4 Assessoria de imprensa	Assessoria e consultoria de imprensa; gestão de crises.	DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 4.ed. Atlas, 2011.	Assessoria de imprensa no Brasil, de Jorge Duarte. Produtos e serviços de uma assessoria de imprensa, de Jorge Duarte. Implantando uma assessoria de imprensa, de Regina Martinez. Avaliando o relacionamento com as mídias tradicionais e digitais, de Wilson da Costa Bueno. Release, evolução e técnica, de Jorge Duarte. <i>Media training</i> , Jorge Duarte e Armando Medeiros de Faria. Gestão das mídias sociais em assessoria de imprensa, de Rodrigo Capella, Armando Medeiros de Faria e Jorge Duarte. Sala de imprensa on-line, de Jorge Duarte e Nino Carvalho. Gestão da comunicação em situações de crise, João José Forni.
		BARBEIRO, Heródoto. Mídia Training. Benvirá, 2015.	Mídia training, de Heródoto Barbeiro.
		FARIAS, Luiz Alberto (Org.). Relações públicas estratégicas. Summus, 2011.	Relações com a imprensa, de Luiz Farias. Crises na economia da reputação, de Cíntia da Silva Carvalho.
		TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação nas Organizações. Summus, 2015.	Assessoria e consultoria de imprensa, de Gaudêncio Torquato.
		RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2. ed. Elsevier, 2001.	Assessoria de imprensa, de Carlos Rabaça e Gustavo Barbosa.
		NEVES, Roberto de Castro. Crises	Crises empresariais com a opinião pública, de Roberto de

<b>Módulos do curso</b>	<b>Conteúdo programático do concurso</b>	<b>Livros indicados no edital</b>	<b>Resumos de capítulos de livros</b>
		Empresariais com a Opinião Pública: como evitá-las e administrá-las. Mauad, 2002	Castro Neves.