



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

## PLANO DE ENSINO

### Identificação

Disciplina: **COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

Curso: **ADMINISTRAÇÃO - NOTURNO/CAMPUS CUIABÁ**

Nível: **Graduação**

Código: **107206508** Período: **20221** Turma: **ADN**

Unidade Ofertante: **Faculdade de Administração e Ciências Contábeis**

Carga Horária Teórica: **32 horas** Carga Horária Prática: **0 horas** Carga Horária Campo: **0 horas** Carga Horária Total: **32 horas**

Tipo de Disciplina: **OBRIGATÓRIO**

Professor(a)(s):

- **KELLY PELLIZARI**

Status: **Homologado**

### Ementa

Teoria da Comunicação. Evolução da Teoria da Comunicação. Planejamento da Comunicação. Comunicação Formal e Informal. Comunicação Interna e Externa. Comunicação de massa e comunicação empresarial. Comunicação eficaz e de qualidade. Processo e Veículos de Comunicação. Comunicação Institucional. Comunicação Oral e Impressa. Comunicação e Administração de Conflitos. Redação Oficial: atas, ofícios, memorandos. Impacto das Mídias Sociais e da Comunicação Digital nas Organizações.

### Justificativa

A comunicação é um fator inerente a humanidade, presente no processo de desenvolvimento de todas as civilizações. Com o passar dos tempos, a comunicação tem se tornado um importante insumo para as atividades organizacionais, conectando atores e favorecendo o compartilhamento de conhecimentos aplicados às decisões estratégicas. Nesse sentido torna-se relevante adentrar ao entendimento dos elementos ligados à comunicação organizacional, especialmente no contexto das empresas que se inserem nos cenários cada vez mais competitivos e precisam se relacionar com seus stakeholders. A comunicação é parte da organização e por isso precisa ser estudada e compreendida por profissionais que irão atuar neste contexto, como forma de preparo para a realidade do mercado de trabalho e para o desenvolvimento das ciências da Administração

### Objetivo Geral

Objetivo Geral: Proporcionar aos alunos do curso de Administração o aprendizado específico da linguagem organizacional, bem como apresentar as diferentes ferramentas da comunicação e a importância desempenhada pelo gestor capaz de comunicar-se eficazmente dentro e fora do ambiente organizacional.

### Objetivos Específicos

- Conhecer os aspectos gerais da comunicação empresarial; - Abordar as diferentes formas de comunicação; - Relacionar a comunicação com as estratégias organizacionais; - Identificar fatores relacionados aos tipos de comunicação empresarial.

### Conteúdo Programático

Tópico / Subtópico

**Tópico / Subtópico**

➔ Apresentação do plano de ensino, discussão sobre a metodologia adotada; -Teoria dos sistemas e os Aspectos gerais da comunicação. Definição do Papel da Comunicação - Mintzberg - Interpessoais; - Informativos; - Decisórios. A organização e a comunicação com seus ambientes: - Ambiente interno; - Ambiente externo. Organização e distribuição dos grupos para o Evento(seminário), distribuição das tarefas por grupos Comunicação interna e Externa: - Principais características; - Diferentes tipologias; - As barreiras à comunicação e fatores que influenciam sua eficácia; Comunicação Interna: qualidade no atendimento; comunicação pessoal e profissional; agenda, comunicação telefônica; mensagens orais e escritas; imagem pessoal. Avaliação (prova individual) Comunicação Externa/Institucional: estruturação, políticas de atuação, contatos com meio de comunicação, imagem da empresa; relações públicas - etc. Comunicação Institucional e redes sociais: Comunicação Interna e Externa Redes de Comunicação e Comunicação de Marketing como diferencial estratégico - Como pode ser estruturada? -Ferramentas do composto de comunicação. Documentário: privacidade Hackeada Abordagem negocial e desenvolvimento do gênero dissertativo-argumentativo oral e escrito: fundamentação de argumentos e defesa de ponto de vista. Estratégias de leitura e de escrita Documentos administrativos: ata, atestado, comunicado, bilhete, convocação, declaração, requerimento. Documentos empresariais: redação de e-mails, cartas e memorandos e Correspondência oficial: uniformização, ofício e memorando oficial Evento organizado em parceria com as disciplinas de Gestão de carreira, ética e Gestão de Pessoas (a confirmar a data) Planos de Comunicação: Briefing, planos e modelos de comunicação Avaliação 03 - Feedback do Evento e Fechamento da disciplina.

**Metodologia**

A exposição do conteúdo será feito através de atividades que facilitem e estimulem a aprendizagem e a interação constante dos alunos, por meio de: • Aulas expositivas e dialogadas; • Atividade e fóruns pelo AVA. • Leituras dirigidas; • Trabalhos em grupo na sala e extraclasse; • Organização de Evento (Simpósio e participação); • Desenvolvimentos de exercícios práticos relacionado à ementa, individual e em grupo.

**Avaliação**

O sistema de avaliação a ser adotado consta dos seguintes itens: Quatro categorias de avaliações, sendo: Avaliação 01 - Avaliação (prova individual). Valendo 4,0 pontos; Avaliação 02- Fórum de discussão: valendo 1,0 ponto ; Avaliação 03 - Organização e participação do Evento (Simpósio a definir) em parceria com as disciplinas de gestão de carreira, Gestão de pessoas e Ética, Valendo 3,0 pontos, sendo 2,0 pontos pela organização e 1,0 ponto pela participação individualizada no dia do evento; Avaliação 04- Atividade prática em grupos, Valendo 2,0 pontos. Nota final da disciplina: somatória das quatro avaliações. Caso o aluno não atinja a nota 7,0, deverá fazer a prova final. O aluno que na somatória das quatro avaliações não atingir ao mínimo 4,0 pontos, não tem direito a prova final. PROVA FINAL: será aplicada SOMENTE para os discentes que atingirem a média entre 4,0 e 6,99 pontos na média final, nos critérios do PPC do curso.

**Bibliografia****Básica**

Referência	Existe na Biblioteca
ABERJE. Estudos Aberje 1. São Paulo, Aberje, 1998.	✓
ARGYRIS, C e outros. Comunicação eficaz na empresa. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1999.	✓
BAHIA, J. Introdução à Comunicação Empresarial. Rio de Janeiro, Editora Mauad, 1995.	✓

**Complementar**

Referência	Existe na Biblioteca
ANGELONI, M. T.; FERNANDES, C. B. A comunicação empresarial: um estudo evolutivo das teorias das organizações. Revista de Ciências da Administração (RCA), 1. (2). Agosto de 1999.	Não
BUENO, W. C. A. A comunicação empresarial estratégica: definindo os contornos de um conceito. Conexão - Comunicação e Cultura (UCS) v. 4, n. 7 (2005).	Não
CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. RAP. Rio de Janeiro (40) 6: Nov./Dez. 2006.	Não
SILVA NETO, B. R. Comunicação corporativa e a reputação empresarial. GVEXECUTIVO v. 12, n. 1, Jan./Jun. 2013.	Não
TAVARES, M. Comunicação empresarial e planos de Comunicação. Atlas, São Paulo, 2017.	Não

**Informações Adicionais**

Observações gerais: Atividades no em sala/ AVA: Deve obedecer aos seguintes critérios: • Individuais ou em grupo, de acordo com a atividade; • Deve ser entregue rigorosamente no prazo pré-estabelecido; • Os grupos devem conter de 3 até 5 integrantes; Simpósio: Devem obedecer aos seguintes critérios: • Desenvolvido em grupo. • Os grupos devem conter de até 10 integrantes e cada um será responsável por uma área do evento; • Todos os membros do grupo devem participar do Simpósio;

## Aprovação

Aprovado em reunião do Colegiado do Curso realizada em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Coordenador(a) do Curso