MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

PLANO DE ENSINO

Identificação

Disciplina: Gestão de Comunicação Empresarial
Curso: ADMINISTRAÇÃO - MATUTINO/CAMPUS CUIABÁ
Nível: Graduação
Código: 10230623 Período: 20191 Turma: HM
Unidade Ofertante: Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
Carga Horária Teórica: 64 horas Carga Horária Prática: 0 horas Carga Horária Campo: 0 horas Carga Horária Total: 64 horas
Tipo de Disciplina: OBRIGATÓRIO
Professor(a)(s):

- **KELLY PELLIZARI**

Status: Homologado

Ementa

Comunicação Interna; Comunicação externa; Comunicação eficaz e de qualidade. Redação Oficial: atas, ofícios, memorandos, etc.

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

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.

Conteudo Programático

Tópico / Subtópico

Tópico / Subtópico
- Apresentação do plano de ensino, discussão sobre a metodologia adotada; - Aspectos gerais da comunicação. Definição do Papel da Comunicação – Mintzberg - Interpessoais; - Informacionais; - Decisórios. A organização e a comunicação com seus ambientes: - Ambiente interno; - Ambiente externo. Comunicação interna e Externa: - Principais características; - diferentes tipologias; - as barreiras à comunicação e fatores que influenciam sua eficácia; - redes de comunicação e comunicação de marketing -Comunicação Interna e Externa: qualidade no atendimento; comunicação pessoal e profissional; agenda, comunicação telefônica; mensagens orais e escritas; imagem pessoal e imagem da empresa; relações públicas - etc. -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. -Palestra: “Documentos Organizacionais” (Secretariado Executivo/Relações Públicas) Atividade de leitura, produção e interpretação de texto. -Documentos empresariais: redação de e-mails, cartas e memorandos -Documentos administrativos: ata, atestado, comunicado, bilhete, convocação, declaração, requerimento. -Correspondência oficial: uniformização, ofício e memorando oficial.

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;
• Leituras dirigidas;
• Trabalhos em grupo na sala e extraclasse;
• Apresentação de trabalhos- Seminário;
• Desenvolvimentos de exercícios práticos relacionado à ementa, individual e em grupo

Avaliação

O sistema de avaliação a ser adotado consta dos seguintes itens:
Três avaliações, sendo:
Avaliação 01 - Seminário em Grupo: Valendo de 0,0 a 10,0 pontos
Avaliação 02 - Atividades em sala, extraclasse e atividade interdisciplinar do seminário Temático I. de 0,0 a 10,0 pontos. Sendo: 7,0 pontos para atividade interdisciplinar e 3,0 pontos para demais atividades.
Avaliação 03- Prova escrita: de 0,0 a 10,0 pontos, individual e sem consulta.

Nota final da disciplina: Média das três avaliações. Caso o aluno não atinja a nota 7,0.

PROVA FINAL: será aplicada SOMENTE para os discentes que não atingirem a média 7,0 como média final. Para ser aprovado na P.F o aluno deverá obter média 5,0 (representa a soma da nota final que obteve + a nota da P.F / dividi-se o resultado por 2 e tem-se a média da P.F).

Observações gerais:

Atividades em sala: Deve obedecer aos seguintes critérios:
• Individuais ou em grupo, de acordo com a atividade;
• Deve ser entregue no final da última aula;
• Os grupos devem conter de 3 até 5 integrantes;
• Os alunos faltantes não receberão nota, salvo atestados médicos.

Seminário: Devem obedecer aos seguintes critérios:
• Desenvolvido e apresentado em grupo. Valendo 10 pontos, sendo: 05 pontos para o grupo e 05 pontos apresentação individual.
• Os grupos devem conter de 3 até 5 integrantes;
• Todos os membros do grupo devem participar da apresentação do seminário;
• Os alunos faltantes não receberão nota, salvo atestados médicos.

OPS. Maiores detalhes dos critérios de avaliação do seminário serão discutidos em sala pelo professor.

Bibliografia

Básica

Referência	Existe na Biblioteca

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.	✓
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
LOPES, G. V. C. P. F.; PORRUA, R. P. D. Comunicação empresarial. Ministério da educação – Instituto Federal do Paraná, 2012.	Não
MOTA, M. S.; FOSSÁ, M. I. T. O papel da comunicação organizacional na gestão da mudança: o caso de uma rede interempresarial. I Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR) – Anais de Congresso, 2007	Não
SILVA NETO, B. R. Comunicação corporativa e a reputação empresarial. GVEXECUTIVO v. 12, n. 1, Jan./Jun. 2013	Não

Informações Adicionais

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.
BUENO, W. C. A. A comunicação empresarial estratégica: definindo os contornos de um conceito. Conexão – Comunicação e Cultura (UCS) v. 4, n. 7 (2005).
CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. RAP. Rio de Janeiro (40) 6: Nov./Dez. 2006.
LOPES, G. V. C. P. F.; PORRUA, R. P. D. Comunicação empresarial. Ministério da educação – Instituto Federal do Paraná, 2012.
MOTA, M. S.; FOSSÁ, M. I. T. O papel da comunicação organizacional na gestão da mudança: o caso de uma rede interempresarial. I Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR) – Anais de Congresso, 2007.
SILVA NETO, B. R. Comunicação corporativa e a reputação empresarial. GVEXECUTIVO v. 12, n. 1, Jan./Jun. 2013.

Aprovação

Aprovado em reunião do Colegiado do Curso realizada em ___/___/_____.

_____,___/___/_____.

_____
Coordenador(a) do Curso