



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: 20201 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 à humanidade, está presente no processo de desenvolvimento de toda sociedade, sobretudo em situações como a que vivemos, de pandemia. As organizações como partes integrantes dessas sociedades são afetadas por mudanças sociais, econômicas e políticas e sanitárias. Neste sentido, a comunicação não se limita apenas a uma técnica ou instrumento, mas configura-se elemento estratégico no meio organizacional. A comunicação empresarial diante do contexto atual, deve ser pensada de modo integrado, contemplando as relações públicas, a comunicação institucional e interinstitucional, além é claro, da comunicação interna e da comunicação com o mercado. A ementa proposta, contempla essa interlocução entre os atores ligados à comunicação organizacional, de modo, a torna-se relevante às empresas e para seus gestores, uma vez que auxilia na gestão estratégica.

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

➡ Aula 1 - dia 11/08/2020 - Apresentação do plano de ensino, discussão sobre a metodologia adotada- Teoria dos sistemas e os Aspectos gerais da comunicação

Aula 2 - dia 18/08/2020 - Definição do Papel da Comunicação - Mintzberg

Aula 3 - dia 25/08/2020 - A organização e a comunicação com seus ambientes

Aula 4 - dia 01/09/2020 - Comunicação interna e Externa; as barreiras à comunicação e fatores que influenciam sua eficácia.

Aula 5 - dia 08/09/2020 - Comunicação Interna: qualidade no atendimento; comunicação pessoal e profissional.

Aula 6 - dia 15/09/2020 - Comunicação Externa/Institucional: estruturação, políticas de atuação; Avaliação 01 - Construção de um texto dissertativo sobre unidade I.

Aula 7 - dia 22/09/2020 - Socialização das leituras da unidade II e feedback; Organização, orientação e distribuição dos grupos de seminários.

Aula 8 - dia 29/09/2020 - Comunicação Institucional e redes sociais.

Aula 9 - dia 06/10/2020 - Redes de Comunicação e Comunicação de Marketing como diferencial estratégico.

Aula 10 - dia 13/10/2020 - Avaliação 02- Apresentação e discussão dos seminários em grupos.

Aula 11 - dia 20/10/2020 - Avaliação 02- Apresentação e discussão dos seminários em grupos

Aula 12 - dia 27/10/2020 - Abordagem negocial e desenvolvimento do gênero dissertativo-argumentativo oral e escrito.

Aula 13 - dia 03/11/2020 - Documentos administrativos.

Aula 14 - dia 10/11/2020 - Documentos empresariais.

Aula 15 - dia 17/11/2020 - Palestra: "Relações Públicas na UFMT (a confirmar)

Planos de Comunicação.

Aula 16 - dia 24/11/2020 - Avaliação 03 - Elaboração de documentos empresariais

Fechamento da disciplina, esclarecimentos de dúvidas que houver e feedback

Metodologia

A exposição do conteúdo será feita através de atividades que facilitem e estimulem a aprendizagem e a interação constante dos alunos, por meio de:

- Leituras dirigidas sobre temáticas da disciplina;
- Aulas síncronas conforme cronograma (Aulas on-line pelo BBB ou Google meet)
- Aulas invertidas
- Discussão e interação em fóruns pelo AVA;
- Desenvolvimentos de exercícios práticos pelo AVA

Avaliação

O sistema de avaliação a ser adotado consta dos seguintes itens:

Três avaliações, sendo:

Avaliação 01 - Produção textual dissertativa do acadêmico- Valendo de 0,0 a 4,0 pontos.

Avaliação 02 - Seminário em grupos e participação nos Fóruns de discussão - Valendo de 0,0 a 5,0 pontos.

Avaliação 03- Elaboração de uns documentos administrativos, a escolha: de 0,0 a 1,0 pontos.

A média final na disciplina será a somatória das três atividades acima descritas.

Bibliografia**Básica**

Referência	Existe na Biblioteca
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.	✓
KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional estratégica. São Paulo, Summus, 2016	✓

Complementar

Referência	Existe na Biblioteca
ABERJE. Estudos Aberje 1. São Paulo, Aberje, 1998.	Não
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	Não
Panella, C. Pesquisa em comunicação corporativa: abordagens, métodos e técnicas. IN: KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional estratégica. São Paulo, Summus, 2016	Não

Informações Adicionais**Aprovação**

Aprovado em reunião do Colegiado do Curso realizada em ____/____/____.

_____, ____/____/____.

Coordenador(a) do Curso