



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

PLANO DE ENSINO

Identificação

Disciplina: Gestão de Comunicação Empresarial

Curso: ADMINISTRAÇÃO - NOTURNO/CAMPUS CUIABÁ

Nível: Graduação

Código: 10230623 Período: 20201 Turma: HO

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):

- LUCIA REGINA SILVEIRA AUOZANI

Status: Homologado

Ementa

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

Justificativa

A importância da disciplina, que pertence ao campo da formação básica, do currículo atual, mas que, por definição permeia todo o curso, está no fato de que a administração requer o desenvolvimento de habilidades comunicacionais em todos os níveis da organização. O foco em Redação Empresarial, justifica-se pela necessidade, da cúpula gestora alinhar recursos, negócios e organização, na busca da excelência da estratégia corporativa, de forma integrada, interligada, sendo indispensável saber comunicar.

A oportunidade do desenvolvimento dos conceitos da disciplina dá-se pelo fato dos alunos poderem exercitá-las durante todo o curso, pois conforme previsto no perfil do egresso "O profissional formado no curso de graduação em Administração pela FAC/UFMT, deverá estar apto a atuar como gestor empreendedor com visão estratégica de futuro, na consolidação de seu próprio negócio, ou em cargos executivos, de direção, gerência, coordenação, supervisão, chefia, em empresas de diversos portes (pequenas, médias e grandes), naturezas (comercial, industrial, de serviços) e áreas (públicas, privadas e terceiro setor), atuando como gestor de políticas organizacionais que envolvam conhecimentos e habilidades específicas da área de administração".

No contexto especial de pandemia de COVID-19 e a suspensão de atividades presenciais, justifica-se a realização do componente curricular ofertado por meio de TIC na educação, em consonância com a RESOLUÇÃO CONSEPE-UFMT Nº 87, DE 17 DE DEZEMBRO DE 2020, Artigos 1º, 2º e 4º, Inciso I.

Objetivo Geral

Ao final do semestre o aluno deverá ser capaz de refletir e desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais.

Objetivos Específicos

Ao final do semestre o aluno deverá ser capaz de:

- Compreender a necessidade de visão holística da organização e suas necessidades específicas.
- Redigir comunicados para o público interno.
- Elaborar relatórios e documentos de interesse do público externo.
- Demonstrar a flexibilidade e adaptabilidade estratégicas, visando a proximidade com os diversos públicos, com adequação da língua vernácula, para que a comunicação seja eficaz e de qualidade.

- Redigir atas, ofícios, memorandos e todos os demais documentos necessários à atuação profissional.

Conteúdo Programático

Tópico / Subtópico

- ➔ UNIDADE I - Conceitos Gerais
- Evolução da Comunicação Organizacional
 - O Processo de Comunicação
 - Comunicação na Sociedade Digitalizada

UNIDADE II

Comunicação Interna

- Apoio às Decisões
- Groupware

UNIDADE III

Comunicação Externa

- Comunicação com Investidores
- Comunicação com o Governo
- Comunicação com a Mídia

UNIDADE IV

Comunicação eficaz e de qualidade

- Aspectos legais da Comunicação Empresarial
- Comunicação de Risco e Crises

UNIDADE V

Redação Oficial:

- atas, ofícios, memorandos, etc

Metodologia

Para o desenvolvimento da disciplina o papel do professor é essencialmente o de facilitador e orientador, criando um ambiente de análise e reflexão dos temas abordados buscando a construção do conhecimento. Ao acadêmico cabe comprometer-se com o seu processo de análise e reflexão, estabelecendo a si próprio, metas de autodesenvolvimento. O momento de pandemia requer a disciplina, persistência, cumprir compromisso (cronograma da disciplina), trabalhar em grupo, autoconhecimento, dentre outras, que são atitudes necessárias ao gestor organizacional.

Neste contexto, as atividades envolverão interação via plataforma AVA, estabelecimento de relação dos conteúdos trabalhados com as disciplinas que serão abordadas ao longo do curso, pesquisas e leituras em referenciais bibliográficos recomendados/sugeridos, principalmente em bases de dados virtuais/digitais, construção de textos colaborativos, bem como encontros virtuais para discussão e análise dos conteúdos desenvolvidos.

As atividades serão desenvolvidas observando o preconizado no “Guia de Estudos” elaborado e publicado no AVA institucional, em consonância com a RESOLUÇÃO CONSEPE-UFMT Nº 87, DE 17 DE DEZEMBRO DE 2020, Artigo 4º, Inciso II.

Avaliação

O processo de avaliação ocorrerá de forma dinâmica e sistêmica, conforme as atividades programadas e procedimentos de feedback durante o semestre.

O processo avaliativo se dará:

- As produções construídas durante o desenvolvimento do conteúdo programático. (5,0).
- As questões eletrônicas respondidas no AVA. (2,0).
- Participação nos fóruns via AVA. (2,0).
- Cumprimento dos prazos estabelecidos no cronograma. (1,0).

As atividades avaliativas serão realizadas em consonância com a RESOLUÇÃO CONSEPE-UFMT Nº 87, DE 17 DE DEZEMBRO DE 2020, Artigos 5º e 6º.

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
BLAND, M & JACKSON, P. A comunicação na empresa. Lisboa/Portugal, Editorial Presença, 1992.	✓
BUENO, W Ca. Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa. São Paulo, Editora Manole, 2003.	✓
BEKIN, S F. Conversando sobre Endomarketing. São Paulo, Makron Books, 1995.	✓
KUNSCH (Org), Margarida Maria Krohling. Comunicação organizacional estratégica (recurso eletrônico): aportes conceituais e aplicados. São Paulo. Summus. 2016.	Não
SILVA NETO, B. R. (Coord.) Comunicação Corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável. São Paulo. Saraiva. 2010.	Não

Informações Adicionais

Aprovação

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

_____, ___/___/____.

Coordenador(a) do Curso