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: 20181 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):

- **ANA VITORIA ASSUNCAO CAPISTRANO DE ALENCAR**

Status: Homologado

Ementa

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

Justificativa

Os conteúdos ministrados durante a disciplina de Gestão da Comunicação Empresarial serão fundamentais para a atuação dos profissionais da administração no mercado de trabalho no âmbito de conhecimento sobre a relevância da comunicação organizacional, a atuação do administrador como parte importante da comunicação dentro e fora das organizações, teorias, precursores, correntes de pensamento, entre outros diferentes conteúdos.

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

- Demonstrar a importância da disciplina para a formação do administrador.
- Proporcionar aos discentes o contato com as referências teóricas sobre a comunicação empresarial e suas vertentes dentro e fora das organizações.

Conteudo Programático

Tópico / Subtópico
Comunicação Interna e Externa: - Principais características; diferentes tipologias; redação oficial de documentos; as barreiras à comunicação; fatores que influenciam sua eficácia; redes de comunicação; e comunicação de marketing.

Tópico / Subtópico
Definição do Papel da Comunicação – Mintzberg: - Interpessoais; Informacionais e Decisórios.
Aspectos Históricos e a Teoria das Organizações: - Corrente Racionalista Clássica; Corrente Psicológica; Corrente Sociológica; Corrente Managerial; Corrente Pós-industrial; Corrente Contemporânea.

Metodologia

• Aula expositiva e dialogada; apresentação de conteúdo literário e discussão livre;
• Apresentação de artigos científicos, discussão e desenvolvimento de estudos de casos e vídeos;
• Dinâmicas em grupo com o intuito de reforçar o conteúdo de maneira prática;
• Atividades presenciais e de ensino à distância (até 20% ou 12 horas aula) valendo ponto.

Avaliação

Composição da Avaliação (individual e em grupo):
• NOTA A (7,0 pontos) – Prova (individual, sem consulta, objetiva e dissertativa);
• NOTA B (7,0 pontos) – Trabalho em grupo/individual (apresentação, prazos e conteúdo);
MÉDIA PARCIAL: nota A + nota B = 14 pontos / 2 = 7,0 pontos de média parcial.
• NOTA C (3,0 pontos) – Realização e entrega das atividades presenciais e à distância;
MÉDIA FINAL: soma da média parcial + nota C = 10,0 pontos de nota final;
• OBS: Para ser aprovado direto o aluno deverá alcançar no mínimo 7,0 pontos de média final.
• 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).

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
BLAND, M & JACKSON, P. A comunicação na empresa. Lisboa/Portugal, Editorial Presença, 1992	Não
BUENO, W Ca. Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa. São Paulo, Editora Manole, 2003.	Não
BEKIN, S F. Conversando sobre Endomarketing. São Paulo, Makron Books, 1995.	Não
STONER, A. F. J; FREEMAN, E. R. Administração. 5 ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil Ltda, 1995.	Não
TAVARES, M. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação. Integrando Teoria e Prática. 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.	Não

Informações Adicionais

Aprovação

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

_____ _____,___/___/_____.

Coordenador(a) do Curso