



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO

PLANO DE ENSINO

I – IDENTIFICAÇÃO	
Curso:	Administração
Disciplina:	Comunicação Empresarial

Ano Letivo:	2014.1
Semestre:	1º
Turno:	Noturno
Carga Horária:	60 h/a
Nome da Professora:	Sheila Trícia Guedes Pastana

II – EMENTA
Comunicação: uma introdução; Conteúdo, forma e meios da comunicação; Comunicação nas organizações; A comunicação como instrumento estratégico para o desenvolvimento das organizações; Tópicos Gramaticais. Leitura e Técnicas de Redação. Redação Empresarial.

III – OBJETIVOS DA DISCIPLINA
<ul style="list-style-type: none">• Ampliar a capacidade do estudante à leitura e interpretação de textos técnicos e teóricos.• Refletir sobre a importância e o poder da comunicação na atualidade e, em específico, nas organizações.• Consolidar a capacidade de julgamento e crítica para elaborar textos técnicos e acadêmicos.• Ampliar sua capacidade de comunicação verbal e não verbal.• Capacitar os estudantes quanto ao saber ouvir, para compreender e interpretar com exatidão o conteúdo da mensagem transmitida e a intenção do seu emissor, favorecendo, assim, o retorno da informação, que marca o início do diálogo, que, por sua vez, poderá garantir a qualidade do relacionamento humano.• Contribuir com a melhoria dos processos de comunicação nos relacionamentos humanos e empresariais.• Colaborar com o pensamento e a concepção de interpretação crítica da realidade.• Dar base de sustentação na vida acadêmica e profissional, no que tange a redação de trabalhos e suas respectivas apresentações orais.• Proporcionar aos alunos o desenvolvimento de conceitos básicos por meio da contextualização e da sua capacidade analítica, propondo uma visão geral acerca da comunicação organizacional nas empresas, habilitando-os na construção de um plano estratégico da comunicação em instituições públicas ou privadas dentro de uma perspectiva estratégica.

IV – METODOLOGIA DE ENSINO

A exposição do conteúdo ocorrerá por meio de atividades que facilitem e estimulem a aprendizagem. Buscar-se-á interação constante com os alunos. Atividades propostas:

- ◆ Aulas expositivas;
- ◆ Discussões de grupo;
- ◆ Vivências Interpessoais;
- ◆ Trabalhos avaliativos;
- ◆ Pesquisa e estudo dirigido;
- ◆ Seminários.

V – CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I: Definição e Processos de Comunicação

Comunicação e funções da linguagem

Elementos constitutivos da comunicação (Emissor, Receptor, Mensagem, Canal, Código, Ruído..)

Componentes de um texto (Coerência e Coesão)

Tipos de textos: Narrativo, descritivo e dissertativo

Comunicação Verbal e Não Verbal

UNIDADE II: Comunicação Escrita nas Organizações

Tipos e modelos de Redação Empresarial:

- Ata.
- Carta comercial.
- Carta de apresentação.
- *Curriculum vitae*: elaboração e sua adequação ao mercado de trabalho.
- Memorando.
- Correspondência com órgãos oficiais: Ofício e Edital.
- Requerimento.

UNIDADE III: Comunicação Empresarial

. A importância da comunicação interna e a importância da comunicação externa, no mundo corporativo:

- A função estratégica da comunicação interna (PICE: Plano Integrado de Comunicação Interna) e do *endomarketing*.
- Os objetivos dos sistemas de comunicação abrangendo todas as partes interessadas por diversos meios (boletins informativos internos; cartazes; vídeos; palestras; jornal interno, jornal externo, jornal mural; reuniões; *ombudsman* ou ouvidor; atendimento ao consumidor, internet/intranet, campanha de comunicação, boletim externo, multimídia; balanço social, assessoria de imprensa e outros).
- A comunicação nos sistemas de trabalho, no que concerne a ouvir e aprender com o cliente, seja o cliente interno ou o externo, visando à imagem corporativa: patrimônio empresarial.
- Política de boas maneiras no uso da correspondência eletrônica: internet, intranet e extranet.

VI - AVALIAÇÃO

A avaliação dos acadêmicos se dará por intermédio da integração de:

- Frequência às aulas;
- Participação nas aulas;
- Análise e construção de textos /case;
- Trabalhos e provas escritas;
- Seminários, discussões;
- Socialização e interação nas dinâmicas de grupo propostas.

Para compor as notas, dispomos dos seguintes instrumentos avaliativos: avaliação parcial e avaliação final. Será considerado aprovado na atividade acadêmica o estudante que obtiver Média Final (MF) igual ou superior a 5,00 (cinco vírgula zero) e frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária prevista por atividade acadêmica.

VII – BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHINEM, Rivaldo. Introdução à Comunicação Empresarial. – São Paulo: Saraiva, 2010.

Matos, Gustavo Gomes de. Comunicação Empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo. – 2ª.ed.rev. e ampl. – Barueri, SP: Manole, 2009.

Terciotti, Sandra Helena. Comunicação Empresarial na prática / Sandra Helena Terciotti, Isabel Macarenco. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Tomasi, Carolina. Comunicação Empresarial / Carolina Tomasi, João Bosco Medeiros. 3.ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

VI.I – BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERLO, D. O Processo da Comunicação. 10ª ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: políticas e estratégias. – São Paulo: Saraiva, 2009.

BUSUTH, Mariangela Ferreira. Redação Técnica empresarial. – Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

TAVARES, Maurício. Comunicação Empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. – 3ª. Ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

Assinatura da Professora

Coordenador do Curso