



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
PLANO DE ENSINO

I – IDENTIFICAÇÃO	
Curso:	Bacharelado em Administração
Disciplina:	Comunicação Empresarial

Ano Letivo:	2018.1
Semestre:	1º
Turno:	Noturno
Carga Horária:	60 h/a
Nome do Professor:	Robson Materko

II – EMENTA
O processo de comunicação. Comunicação escrita nas organizações. Veículos da comunicação administrativa. Comunicação interna. Comunicação organizacional integrada.

III – OBJETIVO DA DISCIPLINA
A disciplina tem por objetivo proporcionar aos acadêmicos uma visão geral teórico - prática da comunicação empresarial e o seu papel no desenvolvimento das empresas. Para isso, serão apresentados os principais conceitos, funções, ferramentas e técnicas concernentes a essa área do conhecimento empresarial, de modo a fornecer aos futuros administradores, a base para a realização de ações de comunicação organizacional integrada.

IV – METODOLOGIA DE ENSINO
A exposição do conteúdo ocorrerá por meio de atividades que facilitem e estimulem a aprendizagem. A disciplina será desenvolvida por meio de: aulas expositivas dialogadas, atividades extraclasse, trabalho de campo, seminários, leituras e discussões de textos, de exercícios em grupos e estudo de caso.

V – CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
UNIDADE I: O Processo de Comunicação Conceituação Elementos constitutivos da comunicação : emissor, receptor, mensagem, canal, código e referente. Comunicação verbal e não verbal As barreiras nas organizações UNIDADE II: Comunicação Escrita nas Organizações Tipos dos veículos da comunicação administrativa Os níveis da fala e a comunicação empresarial Tipos de modelos de redação empresarial Comunicação e tecnologia

UNIDADE III: Comunicação Interna

Comunicação interna e cultura organizacional
Multidirecionalidade da comunicação interna
Canais da comunicação interna
Endomarketing - Campanha de Endomarketing

UNIDADE IV: Comunicação Organizacional Integrada

O mix da comunicação nas organizações
Comunicação institucional - Relações públicas
Comunicação interna - Comunicação administrativa
Comunicação Mercadológica - Marketing

VI – AVALIAÇÃO

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

- Frequência às aulas;
- Socialização e interação nas dinâmicas de grupo propostas.
- Análise e construção de textos (resenhas e/ou artigo);
- Trabalho de Campo, e/ou provas escritas;
- Seminários, discussões;

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. 2. ed. São Paulo: Manole, 2009.
TERCIOTTI, Sandra Helena. **Comunicação empresarial na prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
TOMASI, Carolina. **Comunicação empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VIII – BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERLO, D. **O processo de comunicação**. 10. 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**: interagindo teoria e prática. 3. ed.. São Paulo: Atlas, 2010.


Assinatura do Professor
Coordenador do Curso