

<b>DISCIPLINA:</b> Comunicação Empresarial		<b>SEMESTRE:</b> 2012/2
<b>CATEGORIA:</b> Obrigatória	<b>CRÉDITOS:</b> 04	<b>CARGA HORÁRIA:</b> 72h
<b>PROF. :</b> Jerisnaldo Matos Lopes		4º Período

**EMENTA:**

Teoria da comunicação. Técnicas e limitações nos processos usuais de comunicação. Habilidades comportamentais do administrador em questões de comunicação empresarial. Administração de conflitos da empresa em relação às partes interessadas. Enriquecimento do vocabulário do mundo dos negócios. Simulações de situações práticas. . A importância da comunicação empresarial no contexto globalizado. Conceituação abrangente da comunicação empresarial, tendo em vista as suas inúmeras atividades e sua inserção no planejamento estratégico das organizações modernas. Comunicação Interna. Redação nas organizações.

**OBJETIVO GERAL:**

- Proporcionar uma visão global da Empresa e suas Relações, bem como reconhecer a importância do estudo da Comunicação Empresarial e sua aplicabilidade nas organizações em relação à realidade atual;

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Capacitar o Administrador à percepção dos conceitos básicos da Comunicação Empresarial;
- Demonstrar a importância da Comunicação Empresarial nas certificações;
- Traçar um panorama da Comunicação Empresarial brasileira, com atenção especial aos focos administrativo e mercadológico;
- Analisar o impacto da prática comunicacional das empresas na sociedade, atentando, particularmente, para as questões do relacionamento com os consumidores e clientes, em suas perspectivas ética e mercadológica;
- Avaliar especificamente políticas, ações e estratégias de Comunicação Empresarial, postas em prática pelas empresas brasileiras e por várias organizações.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

- UNIDADE I - A Comunicação Empresarial;**
- UNIDADE II - Comunicação e Gestão Empresarial;**
- UNIDADE III - Comunicação e Cultura Empresarial;**
- UNIDADE IV - Mídia e Comunicação Empresarial;**
- UNIDADE V - Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias;**
- UNIDADE VI - Comunicação e as Certificações;**
- UNIDADE VII - Comunicação da Pequena Empresa;**
- UNIDADE VIII - Comunicação Empresarial Integrada;**

**UNIDADE IX - Relações Públicas;**  
**UNIDADE X - Assessoria de Imprensa;**  
**UNIDADE XI - Responsabilidade Social;**  
**UNIDADE XII - Ética Empresarial.**

#### **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS:**

Para o desenvolvimento do conteúdo proposto serão utilizadas as seguintes técnicas: exposições dialogadas, dinâmicas de grupo, exercícios, seminários, trabalho em grupo, estudo de casos, filmes.

#### **RECURSOS:**

Apresentações em Data Show e aulas expositivas, filmes.

#### **AVALIAÇÃO:**

A nota de aproveitamento será calculada pela seguinte fórmula:  
$$N = (1^{\text{a}} \text{ avaliação} + 2^{\text{a}} \text{ avaliação} / 2).$$
As notas da 1ª e 2ª avaliações serão compostas de um mix de exercícios, provas e participação do aluno em sala de aula.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

NASSAR, Paulo. **A comunicação da pequena empresa**. 5ª.ed. São Paulo: Globo, 2001

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. 6. ed. Campinas: Alínea, 2009

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação e imagem: fundamentos da nova empresa**. São Paulo: Pioneira, 1998

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

ANDRYK, David e FARACO, C. Alberto. **Língua portuguesa. Prática de redação para estudantes universitários**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

ARGYRIS, Chris et.al. **Comunicação eficaz na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

BAHIA, Juarez. **Introdução à comunicação empresarial**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

BARÇANTE, Luiz César e CALDAS DE CASTRO, Guilherme. **Ouvindo a voz do cliente interno**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

BELL, A. H.; KESTER, C. **Como escrever cartas e memorandos. Guia prático para o sucesso no mundo dos negócios**. Ediouro Publicações S/A., 1995.

CAHEN, R. **Comunicação empresarial**. Editora Best Seller.

DOWBOR, Ladislau e outros. **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARTINS, J. S. **Redação publicitária**. São Paulo: Atlas, 1996.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem**,

questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

REGO, F. G. T. Comunicação empresarial/ comunicação institucional. Ed. Summers.

SIQUEIRA, A. C. B. Vendas industriais. Técnicas e instrumentos para a venda business to business. São Paulo: Atlas, 1995.