



FACULDADE SANTA TEREZINHA - CEST
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
PLANO DE ENSINO

CEST: MISSÃO E VISÃO

Missão	<i>Promover educação superior de excelência, formando profissionais competentes e éticos, cidadãos comprometidos com o desenvolvimento da sociedade e com o segmento das pessoas com deficiência, conscientes de sua função transformadora.</i>
Visão	<i>Ser referência regional em educação superior, reconhecida pela excelência de sua atuação e compromisso social.</i>

DADOS DA DISCIPLINA

CÓDIGO	NOME	CARGA HORÁRIA	PERÍODO
0875	COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	40h	3º

EMENTA

Evolução do Processo de comunicação interna e externa das organizações. A comunicação como estratégia orientada para o fortalecimento organizacional. Requisitos necessários para a construção de textos no ambiente empresarial.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA

Geral

Desenvolver habilidades para a utilização da língua como instrumento adequado para a comunicação empresarial dentro e fora da empresa.

Específicos

- Compreender a importância da comunicação como fator indispensável para o sucesso de uma empresa.
- Analisar texto de vários gêneros desenvolvendo a prática da leitura crítica.
- Refletir sobre conceitos de comunicação empresarial e necessidade de clareza e transparência da comunicação.
- Desenvolver habilidades para a comunicação entre funcionários da empresa, mostrando como a comunicação interna é tão importante quanto a externa.
- Discutir sobre a relevância da linguagem para uma comunicação eficaz.
- Refletir sobre as modalidades de fala e escrita na produção de conhecimentos.
- Desenvolver habilidades para interpretação de textos escritos.
- Refletir sobre o discurso persuasivo na sociedade e nas organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – Introdução à Comunicação Empresarial (15h)

- 1.1 Definição e objetivos de Comunicação Empresarial.
- 1.2 Comunicação e funções da linguagem.
- 1.3 O estudo da denotação e conotação na comunicação empresarial.
- 1.4 Metáforas da comunicação utilizadas nas Organizações.
- 1.5 Comunicação interna e externa.
- 1.6 Comunicações estratégicas.
- 1.7 Comunicação eficaz e eficiente.
- 1.8 A Comunicação gerencial: administrativa.
- 1.9 Comunicação Social.
- 1.10 Endomarketing.

UNIDADE II – Língua Portuguesa na Comunicação Empresarial (10h)

- 2.1 Comunicação Verbal: Oral e Escrita e Comunicação Não-Verbal.
- 2.2 Paráfrase e polifonia. Formação discursiva, o dito e o não dito.
- 2.3 Tipo de discurso.
- 2.4 Problemas na comunicação nas empresas.
- 2.5 Clareza de expressão: quantidades e qualidades das informações, palavras, tom e forma de abordar o receptor.

UNIDADE III - Elaboração de Textos Empresariais (15h)

- 3.1 Estilo na redação comercial: denotação e conotação.
- 3.2 A competência textual: a coerência e coesão.
- 3.3 Correção: concordância verbal e nominal; impessoalidade verbal; regência verbal e nominal; pronomes de tratamento e pessoais.
- 3.4 Discurso argumentativo.
- 3.5 Documentos empresariais: relatórios administrativos e comerciais.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão desenvolvidas por meio de metodologia participativa, com a utilização de técnicas didáticas como: aulas expositivas, debates, seminários, trabalhos de pesquisa - individual e /ou em grupos.

TRABALHOS DISCENTES EFETIVOS – TDE's

- Leitura dos textos sobre um tema geral e subtemas - parceria com Seminário temático, disciplina de Marketing. (4h)
- Evento Empresarial/ Seminário Temático. (4h)

RECURSOS DIDÁTICOS

Quadro magnético, pincéis pilotos. Poderão ser usados, se convenientes, recursos como TV e vídeo, data show, CD player e outros disponíveis.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

A avaliação tem caráter processual e diagnóstico, objetivando o acompanhamento do desempenho do aluno no decorrer da unidade de estudo, para tanto, devem ser considerados aspectos qualitativos como a participação ativa nas aulas e atividades acadêmicas, o relacionamento aluno-professor e aluno-aluno, a cooperação, a competência fundamentada na segurança dos conhecimentos adquiridos, a autonomia para aprofundar os conhecimentos, a pontualidade, o cumprimento de prazos na entrega de trabalhos, dentre outros.

Cotidianamente, a cada aula, a avaliação ocorrerá com base em procedimentos como:

- discussão de temas relacionados aos conteúdos;
- exercícios escritos;
- estudos dirigidos;
- produção textual;
- apresentação do Evento Empresarial
- demais atividades avaliativas correlacionadas aos objetivos da unidade de estudo.

Além dos aspectos qualitativos, serão observados os critérios objetivos regimentais: três notas parciais (uma por mês, a cada 30% do conteúdo trabalhado, cumulativamente ou não) que serão compostas da seguinte forma:

- avaliações escritas individuais (provas) na proporção mínima de 70%;
- atividades acadêmicas individuais, na proporção de até 30% (quando estas se fizerem necessárias).

Estão previstas como atividades acadêmicas:

- leitura, análise um resumo de um artigo científico;
- leitura, análise estudo dirigido de um texto didático;

Em consonância às normas institucionais, não obtendo média para aprovação a partir das três notas parciais, o discente poderá fazer provas substitutiva e final.

ARTIGO CIENTÍFICO E TEXTO PARA ATIVIDADES ACADÊMICAS

Texto: *Estratégias de Leitura* - Atividade de um estudo dirigido. TOMASI, Carolina: MEDEIROS, J.B. **Comunicação Empresarial**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010. P. 170 -185.

Artigo: em escolha - Elaboração de um resumo informativo.

REFERÊNCIAS

Básicas

BAHIA, Juarez. **Introdução à Comunicação Empresarial**. Editora Mauad, 1995.

GOLD, Miriam. **Redação Empresarial**: escrevendo com sucesso na era da globalização. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MEDEIROS, João Bosco; TOMASI, Carolina. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2010.

Complementares

BUENO, Wilson da Silva. **Comunicação Empresarial**: teoria e Prática. São Paulo: Saraiva, 2009.

GOMES, Gustavo Mattos de. **Comunicação Empresarial**: sem complicação. São Paulo: Manole, 2008.

MATOS, G. G. de. **Comunicação Empresarial**: sem complicação. 5. ed. São Paulo: Manole, 2009.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2010.

TAVARES Maurício. **Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.