

FORMULÁRIO Nº 13 – <b>ESPECIFICAÇÃO DA DISCIPLINA/ATIVIDADE</b>		
CONTEÚDO DE ESTUDOS		
ADMINISTRAÇÃO		
NOME DA DISCIPLINA/ATIVIDADE	CÓDIGO	criação ( X ) ALTERAÇÃO: NOME ( ) CH ( )
Comunicação Empresarial	STE00005	
DEPARTAMENTO/COORDENAÇÃO DE EXECUÇÃO: EMPREENDEDORISMO E GESTÃO		
CARGA HORÁRIA TOTAL: 60	TEÓRICA: 30	PRÁTICA: 30 ESTÁGIO:
DISCIPLINA/ATIVIDADE: OBRIGATÓRIA ( X )	OPTATIVA ( )	AC ( )
OBJETIVOS DA DISCIPLINA/ATIVIDADE:		
<p>O curso de Comunicação foi desenvolvido para apresentar aos participantes os conceitos relacionados à comunicação em uma empresa e as principais barreiras atualmente enfrentadas na comunicação pessoal dentro das organizações. Também é esperado que os participantes adquiram conhecimentos básicos sobre suas próprias capacidades de comunicação, bem como dos principais vícios adquiridos ao longo do tempo. Associados à uma certa dose de “dicas” advindas da teoria, e naturalmente dependendo do esforço de cada um, este autoconhecimento pode trazer enormes benefícios em curto espaço de tempo.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compreender comunicação como um processo</li> <li>2. Diferenciar os tipos de comunicação</li> <li>3. Compreender o modelo que envolve codificação e decodificação</li> <li>4. Adequar a mensagem ao interlocutor</li> <li>5. Relacionar os canais possíveis para a mensagem</li> <li>6. Relacionar as principais barreiras à comunicação</li> <li>7. Preparar uma comunicação</li> <li>8. Identificar a relação entre forma e conteúdo</li> <li>9. Identificar seus principais pontos fortes como comunicador</li> <li>10. Superar os principais vícios de postura</li> <li>11. Saber vender uma ideia de maneira persuasiva</li> <li>12. Utilizar audiovisuais de maneira consciente</li> </ol>		
DESCRIÇÃO DA EMENTA:		
<p>Valor Agregado pela Comunicação. Problemas na Comunicação Empresarial. Fundamentos de Comunicação: Modelo Básico de Comunicação. Perfis dos Comunicadores Excelentes. Exposição de Ideias em Público. Linguagem Corporal. Comunicação Assertiva em <i>feedbacks</i> individualizados. Uso de Audiovisuais: Utilização da Ferramenta. O que fazer ou não fazer. Uso de Gráficos.</p>		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA:		
<p>GALVÃO, Joni; ADAS, Eduardo. <b>Super Apresentações</b>: como vender ideias e conquistar audiências. São Paulo: PANDA BOOKS, 2011.</p> <p>KAWASAKI, Guy. <b>A arte do Começo</b>: o guia definitivo para iniciar o seu projeto. Rio de Janeiro: Ed. Best Seller, 2009.</p> <p>TAVARES, Mauricio; <b>Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação</b> - 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p>		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:		
<p>ARGENTI, Paul. <b>Comunicação empresarial</b>: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>CESCA, Cleuza G. Gimenes. <b>Comunicação dirigida escrita na empresa</b>: teoria e prática. 4ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2006.</p> <p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling. <b>Planejamento de relações públicas na comunicação integrada</b>. 4ª ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.</p> <p>MATARAZZO, Claudia. <b>Negócios, etiqueta faz parte</b>. São Paulo: Melhoramentos, 2003</p>		

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação empresarial sem complicação na empresa pela via da cultura e do diálogo**. 2ª ed.rev.ampl. Barueri: Manole, 2009.

PALMEIRA, Roberto. **Etiqueta empresarial e Marketing Pessoal**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

---

COORDENADOR

DATA 29/10/2012

---

CHEFE DE DEPTO/COORDENADOR

DATA 29/10/2012