

# COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL GERAL

## PLANO DE ENSINO

**Área:** Disciplina Básica

**Carga horária:** 40 horas/aula

### EMENTA

A comunicação empresarial no planejamento de estratégias de relações com públicos de interesse. Ética, transparência e gestão da informação na comunicação empresarial. Assessoria de imprensa. Estratégias para gestão de imagem. Elaboração e redação de instrumentos para comunicação com os públicos interno e externo.

### OBJETIVOS GERAIS

Assessorar a organização nos relacionamentos empregando tecnologias de informação e comunicação. Planejar, desenvolver e executar estratégias de comunicação destinadas ao fortalecimento da imagem da organização.

---

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### *UA 01 – COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL – HISTÓRICO E CONCEITOS*

Ao final da aula, o aluno deverá ser capaz de compreender o que é comunicação empresarial, conhecer os conceitos envolvidos e a evolução histórica da disciplina no Brasil.

#### *UA 02 – FLUXOS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA*

Ao final da aula o aluno deverá ser capaz de reconhecer quais são os principais fluxos de comunicação nas organizações.

### ***UA 03 – BARREIRAS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA***

Ao final da aula o aluno deverá ser capaz de reconhecer quais são as principais barreiras presentes na comunicação empresarial.

### ***UA 04 – VEÍCULOS E ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA: VEÍCULOS IMPRESSOS***

Apresentar os principais veículos impressos que são utilizados na comunicação empresarial, detalhando suas características e estratégias.

### ***UA 05 – VEÍCULOS E ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA: VEÍCULOS VIRTUAIS***

Proporcionar conhecimento dos veículos virtuais de comunicação que podem contribuir para a gestão da informação empresarial.

### ***UA 06 – VEÍCULOS E ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA: OUTROS VEÍCULOS***

Ampliar os conhecimentos sobre os outros veículos de comunicação que podem ser utilizados pela comunicação empresarial.

### ***UA 07 – VEÍCULOS E ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA: SINALIZAÇÃO***

Compreender que tudo comunica, desde os veículos tradicionais, até o ambiente empresarial e sua sinalização.

### ***UA 08 – LINGUAGEM DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA***

Ao final da aula o aluno deverá ser capaz de reconhecer a importância do setor de Relações Públicas nos processos comunicativos das organizações sociais e utilizar linguagem adequada a cada veículo e público específico.

### ***1ª AVALIAÇÃO PRESENCIAL***

Verificar o desempenho e aproveitamento do aluno em relação aos conteúdos trabalhados.

### ***UA 09 – LINGUAGEM PUBLICITÁRIA NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA***

Ao final da aula o aluno deverá ser capaz de reconhecer a importância da linguagem publicitária nos processos comunicativos das organizações, utilizando-a com propriedade.

***UA 10 – LINGUAGEM JORNALÍSTICA NA  
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA***

Ao final da aula o aluno deverá ser capaz de elaborar textos jornalísticos para fins organizacionais, utilizando-a com propriedade o estilo linguístico característico desse meio de comunicação.

***UA 11 – FORMAS E TÉCNICAS DE LINGUAGEM NO  
RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO INTERNO***

Ao final da aula o aluno deverá ser capaz de conhecer e aplicar técnicas de comunicação adequadas às diferentes mensagens institucionais, respeitando o público-alvo, bem como desenvolver uma visão crítica dos limites, dos efeitos e do poder da comunicação interna nas organizações.

***UA 12 – ENDOMARKETING***

Apresentar e capacitar os alunos para adaptar as ações de marketing às ações voltadas ao público interno.

***UA 13 – FORMAS E TÉCNICAS DE RELACIONAMENTO  
COM O PÚBLICO EXTERNO***

Apresentar algumas ações empresariais de comunicação externa e capacitar os alunos para atender as demandas de relacionamento com o público externo.

***UA 14 – ÉTICA NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA***

Ao final da aula, o aluno deverá ser capaz de compreender os conceitos básicos da Ética empresarial.

***UA 15 – COMUNICAÇÃO EM CRISE – CONCEITOS***

Ao final da aula, o aluno deverá ser capaz de entender que crises são inevitáveis, imprevisíveis, mas que há meios de se lidar com elas.

***UA 16 – RELACIONAMENTO COM CLIENTES E  
COMUNICAÇÃO DO TERCEIRO SETOR***

Ao final da aula, o aluno deverá ser capaz de entender os meios de comunicação com clientes e como o terceiro setor é organizado.

***2ª AVALIAÇÃO PRESENCIAL***

Verificar o desempenho e aproveitamento do aluno em relação aos conteúdos trabalhados.

---

## **METODOLOGIA**

- Aulas teóricas e práticas;
- Exercícios de produção de texto e veículos de comunicação.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA (TÍTULOS, PERIÓDICOS, ETC.)**

BUENO, WILSON DA COSTA. **Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

PINHO, J. B.. **Comunicação nas organizações**. Minas Gerais: Universidade Viçosa, 2006.

ROGER, CAHEN. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial**. Best Seller, 2009.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Empresarial – a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta**. Best Seller, 2008.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (TÍTULOS, PERIÓDICOS, ETC.)**

BLIKSTEIN, IZIDORO. **Técnicas de Comunicação Escrita**. São Paulo: Ática, 2006.

FIGARO, ROSELI (ORG.). **Gestão da comunicação no mundo do trabalho, educação, terceiro setor e corporativismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

KELLER, KÁTIA. **Comunicação organizacional, sobrevivência empresarial**. Literarte, 2006.

MEDEIROS, JOÃO. **Redação Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2009.

VASCONCELOS, LUCIENE RICCIOTTI. **Planejamento de Comunicação Integrada - Manual Sobrevivência para as Organizações do Século XXI**. Summus, 2009.