UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO - UFES
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS - CCJE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO – DAD

ADM02090 – **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** (Turma 01)

Prof.: Sérgio Robert de Sant'Anna
(e-mail: ensaios.srs@gmail.com)

Semestre.....: 2013/2
Horário.....: Segundas - 19:00/21:00 horas e Quartas - 21:00/23:00 horas
Local.....: EDVII - Sala 706
Atendimento extraclasse: Sala 43 (dias e horários a combinar com os interessados)

Ementa: *Comunicação organizacional: contexto, conceitos básicos e abrangência; O sistema de comunicação nas organizações: processos, níveis de análises, barreiras, fluxos e redes (formal e informal); Os meios de comunicação nas organizações: classificação, características e linguagens das principais mídias internas e externas; Comunicação interna: conceitos, importância, novas exigências e novas práticas; Comunicação Integrada, Comunicação Corporativa e o Composto da Comunicação nas organizações; Comunicação Institucional (Relações Públicas, Marketing Social e Cultural, Jornalismo, Editoração, Propaganda Institucional e Identidade Corporativa); Comunicação Mercadológica ou Comunicação de Marketing (Marketing, Publicidade, Promoção de Vendas, merchandising); administração estratégica da comunicação e a definição de políticas.*

PROGRAMA DA DISCIPLINA

1- Considerações Iniciais:

O programa da disciplina Comunicação Organizacional foi estruturado com base nos seguintes pressupostos: - Trata-se de uma disciplina obrigatória, sendo este, efetivamente, o primeiro contato "formal" com essa área no curso de Administração; e, a maioria dos alunos não possui base conceitual sólida e/ou experiência profissional nesse campo.

Assim, esperamos que durante o este período letivo a disciplina permita ao estudante: Familiarizar-se com a Comunicação Organizacional enquanto corpo teórico e como um processo que influi e é influenciado tanto pela dinâmica interna da organização, quanto, e, principalmente pelo macroambiente externo à mesma; e, adquirir uma formação básica tão completa quanto possível, dadas as limitações de tempo, de recursos, etc.

2- Objetivos da Disciplina:

- Apresentar uma breve contextualização sobre a evolução e desenvolvimento da comunicação organizacional e seus principais conceitos e instrumentos;
- Proporcionar conhecimentos sobre a comunicação integrada e suas funções.
- Identificar os diversos públicos de interesse de uma organização, bem como direcionar a comunicação para cada um deles.
- Distinguir e caracterizar os principais meios de comunicação interna e externa.
- Desenvolver estudos sobre programas de comunicação em uma organização.
- Elaborar um plano contendo ações de comunicação institucional.
- Desenvolver estudos sobre estratégias de comunicação mercadológica.
- Discutir a importância da gestão das ações de comunicação, dentro de uma perspectiva cidadã e ética.

3- Metodologia / Técnicas:

Basicamente, a disciplina será ministrada a partir de um enfoque teórico/prático, por meio de aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, discussões de leituras, estudo de casos, apresentação de trabalhos, dentre outras técnicas/recursos, buscando oferecer embasamento conceitual mínimo, necessário e suficiente para uma aplicação prática e um posicionamento crítico diante dos conteúdos apresentados.

4- Participação em classe:

A participação de cada aluno em sala de aula é desejada, no intuito de contribuir para o aprendizado de todos. A assiduidade e a pontualidade serão computadas como aspectos importantes da participação, pois demonstram o grau de interesse pela disciplina. Vale ressaltar que o aluno cujas ausências excederem 25% do total de aulas será reprovado por falta, independentemente dos resultados obtidos em outros quesitos do processo de avaliação, ressalvados os casos previstos pelas normas da instituição.

5- Avaliação:

A avaliação do desempenho do aluno levará em conta os seguintes quesitos com as respectivas ponderações:

Participação/Frequência.....	10%
Casos/Atividades.....	20%
1ª Avaliação Escrita.	15%
2ªAvaliação Escrita.....	20%
Trabalho Final (Plano de Comunicação).:	35%
Total.....	100%

6- Conteúdo Programático:

Os tópicos abordados ao longo da disciplina incluirão, dentre outros:

- Panorama da Comunicação Organizacional,
- Evolução, conceitos e instrumentos da Comunicação Organizacional;
- Comunicação Interna;
- Comunicação Institucional;
- Gestão Estratégica da Comunicação de Marketing;
- Comunicação Integrada
- Elaboração de Planos de Comunicação;

7- Cronograma:

7.1- Atividades previstas:

- Entrega dos Diagnósticos Organizacionais.....: 25/nov/13
- 1ª Avaliação Escrita .....: 02/dez/13
- 2ª Avaliação Escrita .....: 10/fev/14
- Entrega dos Trabalhos Finais.....: 17/fev/14
- Apresentações dos Trabalhos Finais.....: 17 a 26/fev/14
- Prova Final.....: 10/mar/14

7.2.- Divulgação dos Resultados:

- Resultado Parcial(*).....: 28/fev/14

  (*) Serão considerados aprovados os alunos com média parcial maior ou igual a 7,0 (sete). Os alunos com média parcial menor que 7,0 (sete) deverão fazer a prova final.

- Resultado Final (**).....: 12/mar/14

  (**) Após a realização da Prova final, serão considerados aprovados alunos cuja média (resultado parcial + nota da prova final)/2 seja maior ou igual a 5,0 (cinco).

  Os resultados parciais e finais serão divulgados nos quadros de aviso existentes no corredor da sala dos professores.

8- Bibliografia

8.1- Bibliografia Básica:

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação:** integrando teoria e prática. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

8.2- Bibliografia Complementar:

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas.** 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Thomson, 2002.

VIANA, Francisco. **Comunicação empresarial de A a Z:** temas úteis para o cotidiano e o planejamento estratégico. São Paulo: CLA, 2004.

Artigos extraídos de revistas especializadas e/ou periódicos, também serão utilizados buscando obter de cada um aquilo que melhor atender à implementação deste programa e obedecendo às limitações impostas pelo tempo disponível para apresentação dos conteúdos a serem discutidos.