

## PLANO DE ENSINO

<b>Curso:</b> Comunicação Social - Jornalismo				
<b>Turno:</b> Integral				
<b>INFORMAÇÕES BÁSICAS</b>				
<b>Currículo</b> 2015	<b>Unidade curricular</b> Comunicação Organizacional		<b>Departamento</b> DCOMS	
<b>Período</b> turma: 5º período	<b>Carga Horária</b>			<b>Ano/Semestre</b> 2022/1
	<b>Teórica</b> 72	<b>Prática</b> -	<b>Total</b> 72	
<b>Natureza</b> Obrigatória	<b>Habilitação / Modalidade</b> Bacharelado	<b>Pré-requisito</b> Não tem	<b>Co-requisito</b> Não tem	
<b>EMENTA</b>				
A comunicação nas organizações e instituições. A cultura organizacional. O poder nas organizações. Estratégias de comunicação. Organização e Sociedade. A questão da responsabilidade social. Consumidores em rede, o desafio contemporâneo das organizações.				
<b>OBJETIVOS</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fornecer elementos para o entendimento da comunicação praticada nas organizações.</li> </ul> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudar aspectos teóricos e práticos aplicados à comunicação organizacional na esfera pública, governamental, privada e associativa.</li> <li>Examinar o campo da comunicação organizacional a partir dos paradigmas e perspectivas do pensamento da área no Brasil e outras correntes internacionais</li> <li>Compreender os elementos das culturas organizacionais.</li> <li>Entender as práticas elaboradas por cada um dos membros da equipe integrada de Comunicação Organizacional de uma instituição.</li> <li>Analisar os discursos da comunicação organizacional na projeção de dizeres e imagens</li> <li>Mapear e discutir o papel da comunicação nas organizações no contexto da globalização e da era digital.</li> </ul>				
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>Pressupostos básicos em comunicação organizacional: origens, evolução e paradigmas</li> <li>As principais correntes e perspectivas no campo de estudos da comunicação organizacional: os paradigmas funcionalista, mecanicista, interpretativo, crítico e da complexidade nos estudos da Comunicação nas e das organizações</li> <li>Organização e sociedade</li> <li>Comunicação organizacional e o papel da comunicação organizacional na construção de discursos: imagens, identidade, nome, marca</li> <li>Retórica e análise do discurso organizacional</li> <li>Comunicação interna e interfaces com as faces das culturas organizacionais.</li> <li>Comunicação pública, governamental, privada e associativa.</li> </ol>				

8. Novas premissas para a comunicação organizacional: os desafios da sustentabilidade e responsabilidade social como dimensão das imagens organizacionais.
9. Construção de pensamento estratégico na comunicação organizacional
10. Comunicação organizacional na era digital: impactos e tendências.

#### **METODOLOGIA**

Aulas expositivas e dialogadas; seminários temáticos; dinâmicas de grupo; trabalhos orais, escritos e audiovisuais. Exercícios práticos: construção de briefing, planejamento de comunicação, produção de textos, criação de produto de comunicação interna e externa.

#### **CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**

Total de pontos distribuídos: 10 pontos.

Avaliação 1 (individual – 3 pontos): Plano de Ação com estratégias de comunicação

Avaliação 2 (em grupo – 3 pontos): Construção de briefing e projeção de imagem organizacional em vídeo institucional de 10 a 15 minutos.

Avaliação 3 (individual – 4 pontos): Avaliação teórica sobre comunicação organizacional e estratégica.

Avaliação substitutiva final (individual – 10 pontos): avaliação teórica sobre as unidades da disciplina

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Organizacional**: histórico, fundamentos e processos. Vol. I. São Paulo: Saraiva, 2009.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. 2ª. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

ASHLEY, Patrícia Almeida (org.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003

DAFT, Richard L. **Organizações**: teorias e projetos. 2ª. ed.. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. São Paulo: Atlas, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São C haitiano do Sul: Difusão Editora, 2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

JABLIN, Frederic M.; PUTNAM, Linda L. (orgs.). **The new handbook of organizational communication**: advances in theory, research, and methods. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.

MAFRA, Renan. **Entre o espetáculo, a festa e a argumentação**: mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MINTZBERG, Henry et alli. **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Bookman, 2006.

Aprovado pelo Colegiado em \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**Professor(a) responsável**  
**(Carimbo)**

\_\_\_\_\_  
**Coordenador(a)**  
**(Carimbo)**