

EMBED CorelDRAW.Graphic.12

## Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e

publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.

Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 - Ponto Central CEP 44.032-620

Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia

Site: HYPERLINK "http://www.fat.edu.br/" [www.fat.edu.br](http://www.fat.edu.br) E-mail: fat@fat.edu.br

CGC: 01.149.432/0001-21

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>CURSO</b>	<b>ANO LETIVO</b>
CIÊNCIAS CONTÁBEIS	2015.2
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>
CSA055	COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>SEMESTRE DE OFERTA</b>
72h	3º

#### EMENTA

Leitura do Mundo. Sistema Humano de Comunicação. Linguagem Empresarial. Sistemas de Comunicação na Empresa. Cultura Organizacional e Comunicação. Instrumentos de comunicação Interna e Externa na Empresa. Novas Tecnologias em Comunicação Empresarial. Cultura Organizacional e Relações Étnico-raciais. Ética na comunicação empresarial.

#### OBJETIVOS

Ajudar o aluno a compreender os processos e instrumentos de comunicação ocorridos dentro e fora da empresa. Habilitar o futuro profissional de Ciências Contábeis para comunicar-se de maneira eficiente com empregados, clientes, meios de comunicação e comunidade e utilizar os recursos da comunicação para construir uma identidade empresarial positiva.

#### PERFIL DO EGRESSO

O egresso do curso de Ciências Contábeis da FAT deve estar apto a compreender as questões socioeconômicas nos diferentes modelos de organização e exercer o pleno domínio das responsabilidades funcionais, envolvendo produção e utilização de relatórios contábeis, auditorias, perícias, arbitragens, domínio atuarial e de quantificações de informações financeiras, patrimoniais e governamentais. Espera-se que ele não apenas esteja apto a contribuir para que as organizações alcancem maior grau de eficácia, sob o ponto de vista econômico-financeiro, mas também possa tratar a Contabilidade como instrumento de apoio à cidadania. O pressuposto fundamental é o de que, neste limiar de século, as organizações devem ser exigidas a prestar contas mais amplas sobre os efeitos sociais de suas atividades.

#### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

## Leitura de Mundo

A comunicação sem palavras

## Sistema humano de comunicação

Conceito

Elementos básicos do processo da comunicação humana

Transmissor

Mensagem

Codificador

Meio ou canal

Decodificador

Receptor

Retroalimentação ou *feedback*

Formas de comunicação humana

## Comunicação empresarial

Conceitos

Linguagem empresarial

Informal

Formal

Características das empresas

Cultura empresarial

Perfil de atuação

Linha de produtos

Público-alvo

3.3.5 Porte e segmento de mercado

Comunicação interna

Conceito

Objetivo

Comunicação direta e indireta

Instrumentos de comunicação interna

3.4.4.1 Papéis: questionários, quadro de avisos, relatórios e memorandos

3.4.4.2 Encontros e eventos: reuniões de equipe e conferências

3.4.4.3 Publicações: revista, jornal interno e boletins

3.4.4.4 Televisual: vídeos, circuito interno de TV e multimídia

3.5 Comunicação externa

3.5.1 Conceito

3.5.2 Objetivo

3.5.3 Instrumentos de comunicação externa

3.5.3.1 Propaganda

3.5.3.2 Produção jornalística para rádio: TV e jornais

3.5.3.3 Participação em feiras, eventos e palestras

Entrevistas

3.6 Novas tecnologias da comunicação empresarial (o impacto das novas tecnologias na comunicação empresarial)

3.6.1 *Telemarketing*

3.6.2 *E-mail*

3.6.3 Relações Públicas

3.6.4 Sites na *web*

3.6.5 Internet

3.6.6 Outros instrumentos de comunicação *on line*

3.7 Comunicação empresarial e globalização

## METODOLOGIA

Aulas expositivo-dialogadas;

- Delimitação prévia de grupos de trabalho (definidos de acordo com a quantidade de acadêmicos da turma) que auxiliarão no andamento das aulas de acordo com os temas propostos;
- Exercícios práticos com abordagem de leitura;
- Projeção de filmes, documentários e outras mídias audiovisuais.

## AVALIAÇÃO

A proposta de avaliação da disciplina Comunicação Empresarial, dar-se-á através de critérios quantitativos e qualitativos quais sejam: aspectos qualitativos: assiduidade as aulas presenciais; Pontualidade na entrega dos trabalhos; nos aspectos quantitativos, serão considerados: leitura de livros, textos e artigos para futuras atividade; desempenho na produção dos textos solicitados; avaliação por produção; qualidade, coerência, coesão, clareza e pontuação na produção dos textos. Frequência mínima de 75%, conforme lei 9394/96.

I Bloco de Notas

Atividades seriadas:

Prova	8,0 pontos
Atividades em sala	2,0 pontos

II Bloco de Notas

Atividades seriadas:

Prova	8,0 pontos
Atividades em sala	2,0 pontos

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGENTI, Paulo A. **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação.** 4.ed.Rio de Janeiro: Elsevier: 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas.** 2.ed. São Paulo: Editora Pioneira, 2009.

NASSAR, Paulo. FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial.** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2011.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BEKIN, Saul. FAINGAUS. **Conversando sobre *endomarketing***. São Paulo: Editora Makron Books, 1995.

BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. 22.ed. São Paulo: Ática, 2010.

CORRADO, Frank M. **A força da comunicação**. São Paulo: Makron Books, 1994.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Cortez, 2005.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5.ed. São Paulo: Makron Books, 2003.

\_\_\_\_\_. **Obtendo resultados com relações públicas**. 2.ed. São Paulo: Editora Pioneira, 2006.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**. 2.ed. Rio de Janeiro: Maua, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial / Comunicação institucional**. São Paulo: Summus, 1986.

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

<b>Professor responsável pela disciplina:</b>	<b>Coordenador(a) do Colegiado do Curso</b>
Prof. Me. Rônei Rocha Barreto de Souza	Prof. Dr. José Maria Dias Filho
<b>Direção Acadêmica</b>	<b>Direção Geral</b>
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima