

**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 - Feira de Santana-Bahia
CGC: 01.149.432/0001-21
Telefax: (75) 3616-9451
Site: www.fat.edu.br
E-mail: fat@fat.edu.br

EMENTA / PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO / SEMESTRE LETIVO
Administração	2016.1
DISCIPLINA	CÓDIGO DA DISCIPLINA
Comunicação Organizacional	ADM 043
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
68h	1º

EMENTA

Linguagem no ambiente organizacional. Sistemas de comunicação organizacional interna e externa. A comunicação como fator de formação da imagem corporativa. Comunicação e a reputação corporativa. Planejamento da comunicação. Comunicação e comportamento. Relações públicas e o consumidor. Assessoria de comunicação. A comunicação e o gerenciamento de crises. Compromissos e redes sociais das empresas. O uso de novas tecnologias na comunicação organizacional.

OBJETIVOS

Capacitar o aluno a elaborar relatórios de natureza técnica e aprimorar suas habilidades de comunicação no ambiente de trabalho e na sociedade como um todo. Especificamente, busca-se: habilitar o futuro profissional Administrador para comunicar-se de maneira eficiente com fornecedores, clientes, colaboradores, meios de comunicação e comunidade; utilizar as comunicações para conseguir uma identidade organizacional positiva; integrar a comunicação e a cultura organizacional, utilizando os instrumentos de comunicação.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Administração da FAT objetiva a formação de um profissional generalista-humanista capaz de empreender transformações com competência técnico-científica, com espírito crítico, lógico

e analítico; com atitudes e habilidades centradas em aspectos como: flexibilidade; capacidade de trabalhar em equipe, norteado pelo princípio da alteridade; responsabilidade ética; visão sistêmica e multidisciplinar; adaptabilidade; capacidade analítica para implementar ações inovadoras e criativas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE 1

- Conceitos em Comunicação Organizacional: panorama histórico, definição e principais elementos;
- Linguagem Organizacional;
- Sistemas de comunicação organizacional;
- Ambientes organizacionais;
- Cultura Organizacional e Relações de poder nas organizações contemporâneas;
- Canais e Ferramentas de comunicação organizacional – ambientes interno e externo;
- O plano de comunicação como ferramenta organizacional;
- Responsabilidade Social Empresarial e Capital Social Corporativo;

UNIDADE 2

- Identidade, Imagem, Reputação corporativas;
- Assessoria de comunicação e Gestão de Imagem;
- As Relações Públicas na gestão da imagem corporativa;
- Crises Corporativas: definição, elementos, gerenciamento;
- Tecnologias digitais de comunicação nas organizações;
- Comunicação organizacional em mídias sociais eletrônicas

METODOLOGIA

O desenvolvimento dos estudos será realizado por Exposições dialogadas em sala de aula seguida de debates. Estudos dirigidos e execução de Atividades práticas. Serão incentivados a resolução de situação problemas instigados por estudo de caso e projeto interdisciplinar. Também, desenvolver-se-á em sala de aula debates, consultas bibliográficas e interpretação de artigos científicos e visitas técnicas.

AValiação

As avaliações do discente matriculado na disciplina **COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** obedecerão aos seguintes critérios, por unidade:

- a) Até 7 pontos correspondentes ao desempenho do discente nas provas escritas

- b) Até 2 pontos correspondentes aos testes e avaliações intermediárias de cada unidade.
- c) Até 1 ponto – Projeto de Comunicação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGENTI, Paul P. **Comunicação empresarial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional**. São Paulo: Saraiva, 2009.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. 8.ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional** - conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 5. ed. São Paulo: SUMMUS, 1986.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. 22. ed. São Paulo: Ática, 2006.

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

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. São Paulo: Thomson, 2004

CHOO, Chun Wei. **A Organização do conhecimento** - como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2011.

KOSOVSKI, Éster. (Org.). **Ética na comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editorial, 1996.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada** - como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

PEREZ, Clotilde. **Comunicação & marketing** - teorias da comunicação e novas mídias: um estudo prático. São Paulo: Futura, 2002.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005

STRAUBHAAR, Joseph. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira, 2004.

PROFESSORA RESPONSÁVEL PELA DISCIPLINA:	COORDENADOR (A) DO COLEGIADO DO CURSO
Prof ^ª . Ma. Elizabete de Almeida Nunes	Profa. Dra. Ana Rita S. Sacramento.

DIREÇÃO ACADÊMICA	DIREÇÃO GERAL
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima