

Plano de Ensino

Período Letivo: 2025B

Grupo: GD1 - GRUPOS EAD

Disciplina: 4817 - COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Ementa

Comunicação. Técnicas de Leitura e Interpretação de Textos. A Redação do texto: da micro à macro estrutura textual. Redação Técnica. Modalidades da redação técnica.

Bibliografia Básica

Referência	Biblioteca Online
MATOS, Gustavo Gomes de. Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo. 3. Barueri, SP: Manole, 2014	Minha Biblioteca https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/37164
TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. Comunicação empresarial. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597020502/
TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática, 3ª edição. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2010. E-book. ISBN 9788522484805.	-

Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
TERCIOTTI, Sandra Helena. Comunicação empresarial na prática. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2013	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788502193994/
BUENO, Wilson da Costa (org). Comunicação empresarial e gestão de marcas. Barueri/SP: Manole: 2018	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788520455708
FERREIRA, Patricia Itala; MALHEIROS, Gustavo. Comunicação empresarial planejamento, aplicação e resultados. São Paulo: Atlas, 2016	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597007268
AGUIAR, Fernanda R.; TREVISAN, Nanci M.; LIMA, Aline P. L.; SILVA, Roberta M. D. Comunicação Interna. Porto Alegre: SAGAH, 2019	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788533500464
FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação: o que os profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019.	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022971/

Objetivos

Objetivos:

- Criar condições para que o aluno se conscientize dos diferentes aspectos comunicativos e de sua importância na vida profissional.
- Preparar os futuros administradores para as exigências do mercado em termos de comunicação empresarial;
- Proporcionar compreensão e enfrentamento das políticas de comunicação necessárias para a construção da credibilidade empresarial;
- Possibilitar o entendimento a a confecção de um plano de comunicação interno e um plano de comunicação externo.

Conteúdo Programático

Comunicação empresarial: Conceito, Aplicação e Importância

Comunicação Escrita

Linguagem verbal e não verbal

Gêneros textuais e discursivos

Estratégias de leitura - leitura textual ou literal

Texto e textualidade: coesão e coerência

Instrumentos e Critérios de Avaliação

Para compor a Média Semestral da disciplina, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação somativa, isto é, o engajamento do aluno ao longo da disciplina, a nota alcançada na atividade virtual e na prova, da seguinte forma:

Engajamento = 25%

- Entrada na Unidade da Aprendizagem - 10%
- Clique em todos os itens da Unidade de Aprendizagem - 15%
- Entrega do Desafio - 50%
- Entrega do Exercício - 25% (*5 por questão realizada)

Atividades virtuais = 25%

Prova = 50%

Se a Média Semestral for igual ou superior a 4,0 e inferior a 7,0, o aluno ainda poderá fazer o Exame Final. A média entre a nota do Exame Final e a Média Semestral deverá ser igual ou superior a 5,0 para considerar o aluno aprovado na disciplina.

Assim, se um aluno tirar 6 na Média Semestral e tiver 5 no Exame Final: $MF = 6 + 5 / 2 = 5,5$ (Aprovado).