

Comunicação Empresarial / Período: 5

Professor: Danúbia da Costa Teixeira (Doutora)

CH: 80h

Ementa:

Estudo da comunicação; Comunicação popular e alternativa; Comunicação criativa; Comunicação verbal e não verbal; Comunicação visual; A Oratória; Comunicação das organizações.

Habilidades:

Capacidade de compreender os diferentes elementos da comunicação. Expressão eficaz de ideias por meio da fala em público, incluindo controle de voz, postura e uso de recursos audiovisuais.

Metodologia:

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

Recursos Didáticos:

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo

Conteúdo Programático:

INTRODUÇÃO AO ESTUDO DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
COMUNICAÇÃO INTERNA
COMUNICAÇÃO EXTERNA
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E GERENCIAMENTO DE CRISE
FERRAMENTAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO A SERVIÇO DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
PLANSO DE COMUNICAÇÃO

Sistema de Avaliação:

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

Fórum de Discussão Avaliativo: 10%

Estudo Dirigido: 10%

Avaliação Parcial I : 15%

Avaliação Parcial II : 15%

Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a **Avaliação Suplementar** com as seguintes características:

Todo o conteúdo da disciplina. Valor: 100 pontos

Pré-requisito: Resultado Final ≥ 20 e < 60

Regra: (Resultado Final + Nota Prova Suplementar) / 2

Média final para Aprovação: ≥ 60 pontos

Bibliografia Principal:

BRITO, L. Comunicação, criatividade e inovação. São Paulo: Senac São Paulo, 2019.

CASTELLS, M. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002. v. 1.

SCHIFFMAN, H. Sensação e percepção. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

Bibliografia Complementar:

GOODWIN, R. 1980-1991. O Pasquim, [s. l., 2020]. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/dossies/o-pasquim/historia-o-pasquim/ricky-goodwin/>. Acesso em: 1 ago. 2020.

MIANI, R. A. Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. Intexto, Porto Alegre, v. 2, n. 25, p. 221-233, 2011.

PERUZZO, C. M. K. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. ECO-Pós, [s. l.], v. 12, n. 2, p. 46-61, 2009.

POLITIZE. [Site]. [2020]. Disponível em: <https://www.politize.com.br/>. Acesso em: 1 ago. 2020.

TREMBLAY, G. Criatividade e pensamento crítico. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 34, n. 1, p. 255-266, jan./jun. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/intercom/v34n1/a12v34n1.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2021.

Por ser verdade, firmo o presente documento.

Ipatinga/MG - 03 de Julho de 2025


Thyciane Alvieira Gonçalves Freitas
Secretária Acadêmica