

Gestão Administrativa

Cursos Administrativos

4
aula

Aula 4 – Comunicação

1. Comunicação Organizacional

É um tipo de processo de comunicação que ocorre no contexto de uma organização, seja a organização privada ou pública. Constitui a Comunicação Organizacional o conhecimento de estudos de interesse a uma instituição, planejamento de práticas de comunicação interna e comunicação externa, que compreende a escolha e o uso de medias empregadas, sua implementação e sua avaliação contínua.

A Comunicação Organizacional tem um estudo sobre político-econômico das instituições, e abrange uma noção mais aberta com relação ao público. Normalmente, a Comunicação Social é uma área de atuação de um profissional de Relações Públicas, porém, atualmente as empresas tem abrido suas portas para que o público tenha noções do que acontece com a empresa.

A Comunicação Organizacional no ponto de vista da abrangência pode ser: Comunicação Intrapessoal e Extra Organizacional



1.1. COMUNICAÇÃO INTRA-ORGANIZACIONAL

É o sistema de comunicação que a nível interno da organização, ou seja, é a comunicação que acontece dentro da organização.

A comunicação Intra-Organizacional, por sua vez, também por de ser:

- **Comunicação Formal** – é a comunicação endereçada através dos canais de comunicação existentes no organograma da empresa, é derivada da alta administração. A mensagem é transmitida e recebida dentro dos canais formalmente estabelecidos pela empresa na sua estrutura organizacional. É basicamente comunicação veiculada pela estrutura formal da empresa, sendo quase toda feita por escrito e devidamente documentada através de correspondências ou formulários.
- **Comunicação Informal** – é aquela desenvolvida espontaneamente através da estrutura informal e fora dos canais de comunicação estabelecidos pelo organograma; sendo todo tipo de relação social entre os colaboradores. É a forma dos funcionários obterem mais informações, através dos conhecimentos (fofocas, rumores, especulações).

1.2. COMUNICAÇÃO EXTRA-ORGANIZACIONAL

É comunicação que acontece entre duas ou mais organizações. Como as parcerias, por exemplo, entre grandes empresas para divulgação.

2. Funções de Comunicação

Veremos as sete funções destinadas a Comunicação:

□ COMUNICAÇÃO É INTERCÂMBIO E TRANSMISSÃO DE IDEIAS:

A comunicação é forma que um empregado, operário ou funcionário tem para expor a sua visão da empresa. Esse intercâmbio de ideias e visões, ou melhor dizendo, essa troca de informação é que permite a empresa buscar sempre melhorar a sua imagem com relação aos funcionários. Essa comunicação é uma interação positiva que a empresa deve promover.

□ COMUNICAÇÃO É O ESFORÇO PARA COMPREENDER E SER COMPREENDIDO PELOS OUTROS:

O principal objetivo de uma empresa é entender o que seus clientes querem. Esta é a função de uma empresa, atender as necessidades de um determinado grupo de pessoas, porém, antes de simplesmente sair produzindo, a empresa deve entender o que seus clientes querem e como eles querem.

Além do mais, a empresa deve ter uma comunicação clara, para transpassar o que eles estão produzindo. Esta é uma função fácil de ser atendida: Ser você quer que entendam a sua resposta, precisará entender o que a outra pessoa está perguntando.

• COMUNICAÇÃO É REDUÇÃO DE INCERTEZAS:

As regras da empresa devem ser ditas com clareza, assim como metas e objetivos. Diminuindo os riscos de incertezas. Quando há diálogo entre integrantes da mesma ideia, repesando uma informação bem elaborada, agilizando a compreensão de todas as partes.

• COMUNICAÇÃO É CONEXÃO E VÍNCULO ENTRE AS PESSOAS:

A comunicação de uma empresa deve ser clara, e atingir todos os níveis de compreensão. Afinal, a comunicação é o que conecta as pessoas, e para uma imagem positiva, a empresa precisa de uma conexão limpa.

□ COMUNICAÇÃO É PARTICIPAÇÃO COMUM:

A interação que a comunicação administrativa deve gerar entre seus funcionários um compartilhamento de experiências, afinal, aquilo que um indivíduo aprendeu pode beneficiar a empresa, evitando que ela cometa um erro, ou quem sabe, que cometa um acerto.

• COMUNICAÇÃO É ESTIMULAR E RESPONDER ESTÍMULOS ALHEIOS

Toda e qualquer pessoa é um emissor ou receptor de informações. A empresa utiliza “canais” para poder informar ser cliente do seu produto. Canais são todos os meios de comunicação utilizados para interagir com o público (propagandas televisivas, anúncios em rádios e jornais, a atualmente, redes sociais).

- **COMUNICAÇÃO É AFETAR ALGUÉM**

Neste momento você deve estar se perguntando, o que afetar alguém tem relacionado com esse tipo comunicação? Primeiramente, sua empresa quer vender um produto, quer que o público em geral se interesse por ele, e para isso, através dos canais, você deverá atingir o seu público num ponto emocional. Afetá-los para que eles queiram comprar o seu produto.

3. Linguagem e Expressão

Apesar de estarmos estudando um curso de Gestão Administrativa, o conhecimento do português é essencial para a melhor comunicação de um cidadão. Como vimos no capítulo interior, o saber se comunicar abre portas para sua empresa, para sua relação com seus funcionários, e só acrescenta conhecimento em sua vida pessoal. Pois quando você se comunica com alguém, você também deve ouvir o que esse alguém tem a dizer.

Agora, um conhecimento em Português é essencial para o estudo deste curso por quê?



➤ No Curso:

- Leitura de textos; ○ Estruturação das Frases; ○ Realização de Exames; ➤ Na Profissão:

- Processo de seleção nas empresas: habilidades orais e escritas; ○ Atuação no dia-a-dia, domínio do discurso competente; ○ Emprego correto da argumentação.

Você lembra quais são as Regras Básicas de Português? Vamos rever algumas coisas.

3.1. USO DA VÍRGULA

3.1.1. Não se separa com vírgula:

- O sujeito do verbo;
- O verbo do seu complemento.

Ex.: Eles (sujeito) jogavam (verbo) bola no quintal (complemento).

Quando houver uma intercalação entre o sujeito e o verbo, deve haver o uso do verbo.

Ex.: Eles (sujeito), amigos de Pedro (intercalação), jogaram (verbo) bola no quintal (complemento).

3.1.2. Separar elementos e locuções explicativas ou corretivas:

Usa-se a vírgula para separar palavras que tem denotações explicativas ou corretivas, ou seja, as locuções: isto é, a propósito, ou seja, ou melhor, além disso, etc.

Ex.: Os documentos deverão ser originais, **ou seja**, não serão aceitas cópias.

3.1.3. Para separar vocativo

O uso da vírgula para separar o vocativo é obrigatório, vamos ao exemplo para melhor entender:

Ex.: **Professor**, um segundo, eu ainda estou copiando.

Vocês podem fazer silêncio, **crianças**?

3.2. GRAFIAS SEMELHANTES E SIGNIFICADOS DIFERENTES

Sobre a Vírgula

Vírgula pode ser uma pausa... ou não.

Não, espere.

Não espere.

Ela pode sumir com seu dinheiro.

23,4.

2,34.

Pode ser autoritária.

Aceito, obrigado.

Aceito obrigado.

Pode criar heróis.

Isso só, ele resolve.

Isso só ele resolve.

E vilões.

Esse, juiz, é corrupto.

Esse juiz é corrupto.

Ela pode ser a solução.

Vamos perder, nada foi resolvido.

Vamos perder nada, foi resolvido.

A vírgula muda uma opinião.

Não queremos saber.

Não, queremos saber.

Uma vírgula muda tudo.

ABI: 100 anos lutando para que ninguém mude uma vírgula da sua informação.

Baixar – quando o verbo é intransitivo (sem complemento). Ex.: Os preços baixaram.

Abaixar – quando há objeto direto na oração (complemento de verbo)

Ex.: Na padaria abaixaram os preços.

Obs.: não se usa o verbo “abaixar” quando se estiver usando uma parte do corpo como complemento.

Ex.: O artista **baixou** a cabeça em agradecimento.

À medida que – à proporção que, conforme.

Na medida em que – tendo em vista, porque.

Ao invés de – ao contrário de.

Em vez de – em lugar de.

A princípio – inicialmente, antes de mais nada.

Em princípio – em tese.

Aonde – da ideia de movimento/destino.

Onde – da ideia de lugar físico

3.3. USOS DA CRASE

A crase significa uma contração da preposição **a** com o artigo feminino **a**. Por isso, utilizamos o acento sobre o **a**, para expressar que há um **a** duplo na frase. □ A crase é aplicada antes de palavra feminina

Ex.: Vamos **à** igreja.

Obs.: emprega-se a crase antes de palavra masculina quando:

- Quando a preposição **a** se junta ao pronome demonstrativo: aquele/ aquilo.

Ex.: Entreguei as cartas **àquele** mensageiro.

-Quando é usada para deixar subentendidas as expressões: à moda de, à maneira de.

Ex.: Sapatos **à** Louis Vitton.

3.4. USO DOS PORQUÊS

Por que separado e sem acento:

- quando substitui pelo qual/pelos quais
- quando substitui por qual razão/ por qual motivo.

Por quê separado e com acento:

- antes de ponto interrogativo ou final.

Porque junto e sem acento:

- Equivale o mesmo que: uma vez que, visto que, pois.

Porquê junto e com acento:

- quando equivale à causa, motivo, razão.

- sempre precedido do artigo **o**.

Você pode estudar mais as regras de português básica através deste link (<http://www.bahiana.edu.br/dicasportugues/>), ou, se preferir, alguma material de apoio da sua preferência. O importante é não deixar de revisar essas regras para uma melhor comunicação.

4. Redação Comercial

Bom, agora que já vimos algumas regras de Português e a importância de comunicar com clareza, vamos ver como podemos criar uma Redação Comercial.

A redação comercial é um meio de comunicação muito utilizada pelas empresas, atualmente as regras de boa escrita foram agregadas aos e-mails e redes sociais. Sabem por quê? Atualmente um empresário tem um contato fechado apenas com sua equipe de apoio, enquanto sua divulgação e comunicação com seu público é gerada através de propagandas comerciais, e, nessa nova era digital, através de redes sociais.

Neste capítulo, aprenderemos a redigir uma redação comercial.

Em correspondências não eletrônicas, usa-se papel timbrado com o logotipo da empresa (no cabeçalho da folha), seguido de data, por extenso. No rodapé deve constar nome, cargo e assinatura do remetente, além dos dados da companhia.

Uma redação segue três passos simples, você vai lembrar bastante de uma redação dissertativa: Introdução, Desenvolvimento e Conclusão.

□ Introdução

A introdução deve conter um pequeno resumo do assunto da redação comercial, instigando a pessoa que irá ler a continuar com a leitura, e informando, previamente, qual assunto será abordado.

□ **Desenvolvimento**

Após a introdução, você deve desenvolver o seu assunto, expondo claramente. Deve-se se concentrar em apenas um assunto, estruturando sua carta através do mesmo. Isso não o impede de tratar de outros assuntos na redação, porém, estes assuntos devem estar relacionados.

□ **Conclusão**

O encerramento da carta, não envolve de forma alguma o desfecho de cortesia. É nesta parte da carta que você transcrever, de forma amena, o que se espera do leitor. Além, de deixar uma boa impressão com relação à pessoa que escreveu a carta.

Para finalizar a redação comercial. Usa-se a cortesia: atenciosamente, cordialmente, cordiais saudações.



LógoMarca

Santo André, 18 de junho de 2011

Cadeados ABC
At. Sra. Carmen Silva

Referência ou assunto: é a síntese do conteúdo da carta

Vocativo, que é a saudação de cortesia: **Prezado Senhor:**
ou Prezados Senhores, pois a correspondência está dirigida à companhia.

Parágrafo de abertura

Parágrafo(s) de desenvolvimento

Fechamento da carta

Dados do remetente:

Maria Edwirges
Diretora

AAA Ltda. - Rua Mundial, 150, São Paulo – SP
Telefone Fax

➤ Atividades:

1. Responda:

- O que é Comunicação Organizacional?
- Quais os Tipos de Comunicação Organizacional existem?
- Qual é principal função da Comunicação?
- Por que é tão importante ter conhecimento de Português para Gestão Administrativa?
- Quais as fases da Redação Comercial?



**CLIQUE AQUI
PARA CONCLUIR**