

Plano de Disciplina: Comunicação Empresarial

Carga Horária: 80 horas

Ementa

Comunicação empresarial como instrumento estratégico de gestão; os atores a informação; política de comunicação interna; processos de formação e imagem da comunicação empresarial; o papel da comunicação estratégica na empresa; gestão da comunicação ética na mídia.

Objetivos

- Articular a formação específica com a formação pedagógica.
- Os diversos atores da comunicação empresarial.
- Os diversos níveis e canais de comunicação empresarial.
- Conhecer o panorama da Comunicação Empresarial no Brasil.
- Atuar nos elementos de comunicação com atenção especial aos focos administrativo e mercadológico.
- Fazer a inserção da comunicação no planejamento estratégico das organizações modernas
- Analisar o impacto que a comunicação causa nas questões relativas ao relacionamento com os consumidores e clientes, em sua perspectiva ética e mercadológica.

Conteúdos

I – Comunicação Empresarial

- O despotismo da informação no mundo globalizado
- A violência da Informação
- A violência do dinheiro
- Competitividade, consumo e publicidade
- A informação totalitária
- A perversidade sistêmica

II - Políticas de comunicação e políticas sociais na e para empresa

- Projeto neoliberal e terceiro setor
- Administração, sociedade civil e comunicação
- Política de formação e formação política de gestores para comunicação

III - Comunicação empresarial na sociedade líquida

- Individualidade na sociedade líquida
- Trabalho na sociedade líquida

Metodologia de Ensino

- Aulas expositivas e dialógicas
 - Leituras Complementares
 - Resolução de exercícios
-

- Pesquisas e seminários
- Jogos e experiências práticas de aplicação
- Debates
- Utilização de aplicativos, filmes, publicações, divulgação científica da web, livros
- Estudos de Casos, Cenários e Atividades Nucleadoras (parte de projeto integrador)

Bibliografia Básica

RAHME, Lucia Helena, Comunicação, marketing e novas tecnologias na gestão de pessoas. Curitiba: Intersaberes, 2017.

MAFEI, Maristela, CECATO, Valdete. Comunicação Corporativa: Gestão, Imagem e Posicionamento. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

MARCHIORI, Marlene. Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano: Difusão Editora, 2008.

Bibliografia Complementar

KOTLER, Philip; ARMSTRONG Gary, Princípios de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

PEREIRA, Cláudia, Planejamento de comunicação: conceitos, práticas e perspectivas. Curitiba: Intersaberes, 2018.

PIMENTEL, Marina de Oliveira, Em pauta: manual prático da comunicação organizacional. Curitiba: Intersaberes, 2017.

LUIZARI, Kátia. Comunicação empresarial eficaz: como falar e escrever bem. 2.ed. Intersaberes: 2014
