

PRÓ-REITORIA ENSINO

**COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL – 2012
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO (LATO SENSU)**

DISCIPLINAS E EMENTAS

	DISCIPLINA	C/H
1	Comunicação, administração e cultura organizacional	24
2	Métodos e Técnicas de Pesquisa	16h
3	Teorias da Comunicação	24h
4	Sociologia da Comunicação e Processos Sociais Contemporâneos	24h
5	A comunicação nas organizações sociais	24h
6	Comunicação integrada e Planejamento Estratégico em Comunicação	24h
7	Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia	24h
8	Gestão de Talentos, Liderança e Empreendedorismo	24h
9	Comunicação digital	24h
10	Redação empresarial	24h
11	Políticas de comunicação e regulamentação dos processos comunicacionais	24h
12	Ética e Responsabilidade Social	24h
13	Gestão de Empresas de Comunicação	24h
14	Docência no Ensino Superior	24h
15	Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação	16h
16	Práticas de laboratório para produtos de comunicação empresarial (TV, rádio, fotografia, impresso – jornal e revista, web)	32h
	TOTAL	376

PRÓ-REITORIA ENSINO

1 COMUNICAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAL

EMENTA

Teorias de administração. Tendências de administração. A interface entre comunicação e cultura empresarial. Cultura organizacional e culturas nacionais. Cultura, comunicação e globalização. Mudança organizacional. A comunicação no processo de mudança organizacional. Identificação e avaliação da cultura organizacional. Análise de casos.

2 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

EMENTA

A ciência e as outras formas de conhecimento. Técnicas de pesquisa e estudo. Como e onde pesquisar. Como elaborar um projeto de pesquisa. Os métodos e as técnicas de investigação científica. A coleta de dados. A redação técnico-científica. Normas da ABNT.

3 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

EMENTA

Abordagens teóricas sobre a Comunicação, incluindo a discussão de conceitos básicos. Debater a comunicação social como ciência e objeto, em uma perspectiva dialética e interdisciplinar. As principais hipóteses em comunicação e o seu impacto na organização. O papel das comunicações no ambiente empresarial. Produção, circulação e consumo de informação. Meios de comunicação e a construção da realidade.

4 SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS CONTEMPORÂNEOS

EMENTA

Análise dos fenômenos sociais da comunicação: aspectos de mundialização, internacionalização e globalização da informação. A sociedade informacional: discussão e análise sobre o indivíduo e as redes de comunicação em massa, a manipulação e desenvolvimento da abordagem crítica em relação aos meios. A reconstrução social pelos processos de grupo: as novas instituições sociais, a comunicação como segundo poder e as influências da mídia na realidade sócio-política. Análise fenomenológica dos contextos sociais.

5 A COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

EMENTA

Comunicação, Novas Tecnologias e Organizações. Teoria da Ação Comunicativa e Racionalidade no Espaço Organizacional. A empresa e seus públicos. O relacionamento entre os públicos e a empresa. Como identificar públicos de uma empresa. Ações, estratégias, projetos, campanhas e produtos desenvolvidos pelas organizações para estreitar o relacionamento com seus públicos. Tópicos Avançados em Comunicação Organizacional. As assessorias de comunicação.

6 COMUNICAÇÃO INTEGRADA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM COMUNICAÇÃO

EMENTA

Os profissionais que compõe a comunicação integrada em uma empresa. O planejamento da comunicação e a integração efetiva dos profissionais. O marketing

PRÓ-REITORIA ENSINO

e as outras áreas de relacionamento do departamento de comunicação. Ações e estratégias de comunicação desenvolvidas pelas organizações. A comunicação como instrumento de gestão e liderança de equipes. Desenvolvimento de planos de comunicação estratégica. Comunicação para alinhar, motivar e inspirar equipes para a alta performance. Identificação de oportunidades. Criar o senso de urgência. Ferramentas para medir o impacto da comunicação.

7 ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELACIONAMENTO COM A MÍDIA **EMENTA**

Abordar a mídia na atualidade e seu posicionamento estratégico. Importância do fato, interpretação e repercussão na mídia: causas e conseqüências. As técnicas do Media Training. A mídia como componente essencial na criação a imagem corporativa. Quais e como acontecem as ações para consolidar o relacionamento da empresa com os meios e os profissionais de comunicação.

8 GESTÃO DE TALENTOS, LIDERANÇA E EMPREENDEDORISMO **EMENTA**

As pessoas dentro de sua empresa e sua importância. O processo de comportamento e como buscar a satisfação dos clientes por meio das pessoas que estão na organização. Como desenvolver ou identificar potenciais líderes em uma empresa. Ideologias: conceitos e práticas ideológicas. A ideologia na formação de grupos. Grupos de Consumo: distinção de classe, formação do gosto e estilo de vida. Consumo de mensagens e consumo pós-moderno.

9 COMUNICAÇÃO DIGITAL **EMENTA**

A comunicação digital integrada à estratégia de comunicação de uma organização. O uso de estratégias e ferramentas da comunicação digital. Fundamentos das tecnologias digitais de informação e comunicação. Estratégias de comunicação digital e públicos estratégicos: internet e intranet. Edição e redação para o mundo digital. Análise de arquitetura da informação e presença digital das organizações. Critérios de avaliação de websites inseridos nas estratégias de comunicação das empresas.

10 REDAÇÃO EMPRESARIAL **EMENTA**

Conhecer as principais técnicas e os passos para fazer redações. Conhecer as características de uma boa mensagem. Verificar os tipos de texto existentes (descrição, narração e dissertação) e as ocasiões em que devemos empregá-los. Saber como elaborar os principais documentos empresariais, como relatório, ata, procuração, carta, *e-mail* e requerimento. Técnicas de redação jornalística e publicitária para fins institucionais, como release, *house organ*, jornal mural, informe publicitário, entre outros.

11 POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO DOS PROCESSOS COMUNICACIONAIS **EMENTA**

Os sistemas políticos, jurídicos e econômicos. As políticas públicas. As políticas de comunicação e o sistema social. Regulamentação dos processos comunicacionais.

PRÓ-REITORIA ENSINO

Propriedade intelectual. Contratos eletrônicos e e-commerce. Responsabilidade civil na Internet. Privacidade e novas tecnologias. Crimes cibernéticos. Sociedade digital.

12 ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

EMENTA

Ética: conceito. Responsabilidade Social: conceitos. A responsabilidade social e o processo de comunicação nas organizações. Comunicação e Terceiro Setor. Imprensa e Responsabilidade Social. Ética Empresarial: conceitos básicos. Ética e poder nas organizações. Comportamento ético nas relações de negócios. Atuação e responsabilidade profissional. Imprensa e Responsabilidade Social.

13 GESTÃO DE EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO

EMENTA

Administração de empresa de comunicação. Conceitos de administração aplicados às organizações de comunicação. Estrutura e técnicas administrativas específicas: jornais, rádio televisão, revistas, assessorias de comunicação e outras. Organizações de diferentes setores como: administrativo, redação e oficinas. Veiculação da produção das organizações jornalísticas. As questões mercadológicas: mercado, distribuição, comercialização e produção.

14 DOCÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR

EMENTA

A natureza da vida estudantil universitária. Os meios de comunicação e sua influência na educação. Problemas educacionais. Reflexões sobre filosofia da educação. Avaliação e elaboração de planos de ensino. Filosofia da educação. As comunicações intergrupais e interpessoais na universidade.

15 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

EMENTA

Desenvolver referenciais teórico-metodológicos para a elaboração de projetos de Pesquisa e a produção de Monografias de Pós-Graduação. Refletir sobre o fazer científico, buscando subsidiar a definição do objeto, da problemática e dos instrumentos necessários para a realização da Pesquisa em Comunicação Social.

16 PRÁTICAS DE LABORATÓRIO PARA PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL (TV, RÁDIO, FOTOGRAFIA, IMPRESSO – JORNAL E REVISTA, WEB)

EMENTA

Produção de materiais específicos nos diversos campos da comunicação (TV, rádio, fotografia, impresso e web), passando por todas as etapas do processo de produção, como planejamento, apuração e execução.