



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2024
Tp. Período	Segundo semestre
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010)
Disciplina	5443 - COMUNICACAO CORPORATIVA DIGITAL
Turma	ADM

Carga Horária: 34

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Comunicação Digital. A sociedade em rede. Comunicação Organizacional. Relações Públicas. Comunicação unidirecional e bidirecional. Comunicação e reputação corporativa. Estratégias de Comunicação. Publicações Organizacionais. Retorno e mensuração. Ferramentas e plataformas de comunicação. Tópicos emergentes em Comunicação Corporativa Digital.

I. Objetivos

Geral:

Trazer aos alunos o conhecimento histórico da evolução da comunicação, bem como compreender o peso e a importância das novas formas de comunicação na era das mídias sociais.

Específico:

Identificar os ruídos da comunicação e as formas de solucioná-los

Conhecer as funções do sistema de comunicação

Organizar dados e informações necessárias ao processo de comunicação

Analisar o processo de comunicação digital

Mapear e compreender as recentes tendências em novas mídias

II. Programa

1 INTRODUÇÃO AO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

1.1 Definição: comunicação gerencial, comunicação administrativa, comunicação social (comunicação interna e comunicação externa)

1.2 Processo Comunicacional: teoria da comunicação (elementos da comunicação e funções da linguagem)

1.3 Problemas de Comunicação Organizacional: vícios de linguagem escrita e oral

1.4 Barreiras da Comunicação: barreiras gerais, mecânicas, fisiológicas, semânticas, psicológicas, etc

1.5 Comunicação Verbal: técnicas de apresentação oral e escrita

1.6 Comunicação Não-Verbal: postura e linguagem corporal

2 Comunicação nas Organizações

2.1 Comunicação Gerencial e Administrativa: definição de pauta e condução de reuniões; gerenciamento de conflitos;

2.2 Comunicação Interna e Externa: qualidade no atendimento; comunicação pessoal e profissional; agenda, comunicação telefônica; mensagens orais e escritas; imagem pessoal e imagem da empresa; relações públicas

3 A comunicação na contemporaneidade

3.1 O advento da comunicação na era digital

3.2 Mudanças no perfil midiático

3.3 Ferramenta na comunicação digital

3.4 Comunicação digital e o ambiente organizacional

3.5 Os ruídos na comunicação digital

3.6 Novas tendências na comunicação digital

3.7 Transmídia e as novas tecnologias. Streaming.

III. Metodologia de Ensino

Aulas assíncronas via educação remota. Discussão online de conteúdo. Será utilizado estudo de caso, pesquisas bibliográficas, além do uso da plataforma do Moodle como ambiente de compartilhamento dos materiais utilizados ao longo da disciplina.

IV. Formas de Avaliação

A avaliação dos acadêmicos se dará por intermédio da integração de entrega de trabalhos, produção de textos, participação e interação na plataforma Moodle.

V. Bibliografia

Básica

KUNSCH, Margarida. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida. Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectiva. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARTINUZZO, José Antonio. Os Públicos Justificam os Meios – Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção. São Paulo: Summus, 2014.

ROCHA, Heloísa Vieira; BARNAUSKAS, Maria Cecília Calani. Design e avaliação de interfaces humano computador. 2000. Disponível em:

Complementar



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2024	
Tp. Período	Segundo semestre	
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010)	
Disciplina	5443 - COMUNICACAO CORPORATIVA DIGITAL	Carga Horária: 34
Turma	ADM	

PLANO DE ENSINO

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica. São Paulo, All Print editora, 2005.
CASTELLS, Manuel. O Poder da Comunicação. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
OLIVEIRA, Jayr Figueiredo. Tecnologias da Informação e da Comunicação. São Paulo: Ática, 2003.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 009
Data: 11/09/2024