

## **Plano de Ensino de Comunicação**

### **Dados da Disciplina**

Carga Horária: 60 Horas.

Créditos: 04

Professora: Isabella Sacramento

### **Ementa**

definir o que é um processo de comunicação  
compreender as funções de canal, emissor e receptor  
identificar as reações comportamentais básicas de uma pessoa ao realizar apresentações  
distinguir e relacionar os aspectos relevantes à preparação de uma apresentação  
diferenciar as propostas informativa, persuasiva e de entretenimento presentes em uma comunicação  
aplicar as atitudes esperadas de um bom orador  
estabelecer as características principais das plateias identificar o comportamento dos participantes da  
saber apresentar corretamente seu currículo profissional  
relacionar as ferramentas audiovisuais e seu bom uso  
distinguir usos de comunicação escrita dentro da empresa  
identificar e desenvolver opções aplicáveis à defesa de um projeto empresarial

### **Objetivos**

- ❖ Compreender comunicação como um processo
- ❖ Identificar as partes de uma comunicação
- ❖ Diferenciar os tipos de comunicação
- ❖ Compreender o modelo que envolve codificação e decodificação
- ❖ Adequar a mensagem ao interlocutor
- ❖ Relacionar os canais possíveis para a mensagem
- ❖ Relacionar as principais barreiras à comunicação
- ❖ Preparar uma comunicação
- ❖ Identificar a relação entre forma e conteúdo
- ❖ Identificar seus principais pontos fortes como comunicador
- ❖ Superar os principais vícios de postura
- ❖ Saber vender uma ideia de maneira persuasiva
- ❖ Utilizar audiovisuais de maneira consciente



## Cronograma

<b>Aulas</b>	<b>Atividades</b>
Aula 1	Apresentação: disciplina, plano de ensino e proposta de trabalho. Compreender comunicação como um processo
Aula 2	Apresentações individuais, comparação com oradores externos, discurso informativo, diferencial de comunicação escrita
Aula 3	Apresentações individuais, comparação com oradores externos, discurso informativo, diferencial de comunicação escrita
Aula 4	Apresentações individuais, comparação com oradores externos, discurso informativo, diferencial de comunicação escrita
Aula 5	Apresentações individuais, comparação com oradores externos, discurso informativo, diferencial de comunicação escrita
Aula 6	Utilização de Audiovisual, discursos persuasivos
<b>Aula 7</b>	<b>Avaliação parcial individual e sem consulta.</b>
Aula 8	Apresentações individuais com audiovisual, comparação de compreensão, mensagens escritas, discurso persuasivo
Aula 9	Apresentações individuais com audiovisual, comparação de compreensão, mensagens escritas, discurso persuasivo
Aula 10	Apresentações individuais com audiovisual, comparação de compreensão, mensagens escritas, discurso persuasivo
Aula 11	Apresentações individuais com audiovisual, comparação de compreensão, mensagens escritas, discurso persuasivo
Aula 12	Apresentação em Grupo de seminário baseado no livro Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação
<b>Aula 13</b>	<b>Avaliação parcial individual e sem consulta.</b>
Aula 14	Apresentação em Grupo de seminário baseado no livro A arte do Começo: o guia definitivo para iniciar o seu projeto
Aula 15	<b>VS - Verificação Suplementar para todos os alunos com notas entre 4.0 e 5.9. Todo assunto tratado neste plano de ensino.</b>

## Avaliação

A avaliação da disciplina incluirá o acompanhamento das atividades realizadas durante a disciplina:

## **1. Avaliações individuais, parciais e sem consulta (80%)**

- i. A primeira avaliação versará de todo assunto tratado neste plano de ensino até o dia da prova. (40%)
- ii. A segunda avaliação versará sobre todo assunto tratado neste plano de ensino até o dia da prova acrescido de dois temas apresentados nos seminários pelos colegas em sala de aula. (40%)

## **2. Apresentações e trabalhos de preparação com nota atribuída a todo o grupo, selecionado desde o início da disciplina: (20%)**

### **Bibliografia**

#### **Básica**

GALVÃO, Joni; ADAS, Eduardo. Super Apresentações: como vender ideias e conquistar audiências. São Paulo: PANDA BOOKS, 2011.

KAWASAKI, Guy. A arte do Começo: o guia definitivo para iniciar o seu projeto. Rio de Janeiro: Ed. Best Seller, 2009.

TAVARES, Mauricio; Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação-3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

#### **Complementar**

ARGENTI, Paul. Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática. 4ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4ª ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

MATARAZZO, Claudia. Negócios, etiqueta faz parte. São Paulo: Melhoramentos, 2003

MATOS, Gustavo Gomes de. Comunicação empresarial sem complicação na empresa pela via da cultura e do diálogo. 2ª ed. rev. ampl. Barueri: Manole, 2009.

PALMEIRA, Roberto. Etiqueta empresarial e Marketing Pessoal. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014

RAMONET, Ignácio. A tirania da comunicação. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de comunicação organizacional e política. São Paulo: Cengage Learning, 2002.