



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CENTRO SOCIOECONÔMICO
CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO
Campus Universitário – Trindade –
Florianópolis – Santa Catarina

Plano de Ensino e Aprendizagem			
Curso:	Graduação em Administração		
Disciplina Obrigatória:	CAD 7003 - Administração da Comunicação		
Período:	3º Fase	Semestre: 2023.1	Carga Horária: 36h
Docente:	Prof. Dr. Marco Ocke - marco.ocke@ufsc.br		

Ementa

A comunicação como variável estratégica da empresa. O campo da comunicação interna: planejamento, política e instrumentos.

Objetivos

- 1) Apresentar e discutir conceitos centrais do processo de comunicação na sociedade da informação.
- 2) Reconhecer a comunicação como ativo estratégico dentro da complexidade dos sistemas organizacionais em um ambiente competitivo e em constante transformação.
- 3) Identificar habilidades estratégicas para integração entre empresas e *stakeholders* por meio de ferramentas e técnicas da comunicação empresarial.

Conteúdo Programático

- Comunicação, cultura e sociedade
- Tecnologia de informação e comunicação na sociedade contemporânea
- Comunicação empresarial: conceitos, estratégias e objetivos
- Identidade, imagem e reputação organizacional
- Relações com *stakeholders*: sociedade, consumidores, público interno, investidores e governo
- Mídia e Opinião Pública: conceitos, definições e estratégias de relacionamento
- Propaganda Institucional, Comunicação Interna, Comunicação Pública e Comunicação na Crise

Estratégia de Ensino e Aprendizagem

- Aula expositiva dialogada
- Discussão em Grupos
- Leitura Dirigida e Exercícios de Fixação

- Pesquisas, resenhas, resolução de problemas, casos de ensino e seminários
- Conteúdo no *Moodle*: artigos, capítulos de livros, notícias e atualidades, vídeos, webinars, vídeo-aulas; relatórios de pesquisa e fóruns de discussão.

Cronograma de Aulas

Semana	Aula	Conteúdo
1	Comunicação, cultura e sociedade	Processo de comunicação - Aspectos culturais e sua influência na comunicação pessoal e organizacional
2	Tecnologia e comunicação	Tecnologia de Informação e Comunicação; Hipermídia e Convergência Midiática.
3	Comunicação na Pós-Modernidade	Características da Comunicação Contemporânea - Consumo e Produção de Conteúdo.
4	Comunicação e Transformação Digital	Big Data - Sistemas de Informação - Comunicação digital
5	Administrando a Comunicação nas Organizações	Características gerais e conceitos centrais da comunicação como ativo estratégico
6	Identidade, Imagem e Reputação	Missão, Visão e Propósito - Construção e Entrega de Valor - Credibilidade Organizacional
7	Relacionamento com Stakeholders	A comunicação como ferramenta de integração entre empresas e grupos de interesse
8	Mídia	Teoria de opinião pública - Mídia e o mundo corporativo no âmbito da comunicação organizacional
9	Propaganda Institucional e RSC	Propaganda institucional e responsabilidade social corporativa como técnicas comunicacionais
10	Comunicação de Marketing	Publicidade e Propaganda - Mídia - Merchandising - Ações Promocionais
11	Comunicação Interna	Fluxos e processos - Ferramentas, técnicas e instrumentos de CI
12	Comunicação Pública	Comunicação de governos a administração pública - relações entre empresas, governos e investidores - lobby e regulamentações
13	Comunicação na Crise	Comunicação como instrumento estratégico para reparar danos de reputação
14	Avaliação Final	Conteúdo total da disciplina
15	Avaliação de Recuperação	Conteúdo total da disciplina
16	Encerramento	Notas e Frequência

*O cronograma de aulas pode ser alterado de acordo com o desenvolvimento do semestre letivo.

Processo de Avaliação

Nota	Descrição	Período	Nota	Peso
1	Exercícios e Atividades	Março/Abril	0 - 2	1
2	Seminários	Maio	0 - 5	2
3	Prova Final	Junho	0 - 10	2

*O processo de avaliação pode ser alterado de acordo com o desenvolvimento do semestre letivo.

Bibliografia Básica

1. ARGENTI, Paul. **Comunicação Empresarial** - 6ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
2. KUNSH, Margarida M. K. **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. Volume 2, São Paulo: Saraiva, 2009.
3. TERRA, Carolina; DREYER, Bianca; RAPOSO, João. **Comunicação Organizacional: práticas, desafios e perspectivas digitais**. São Paulo: Summus Editorial, 2021.

Bibliografia Complementar

1. BUENO, William C. **O Jornalismo na Comunicação Organizacional: uma perspectiva crítica**. São Paulo: JORCOM/ Contexto Comunicação e Pesquisa, 2020.
2. CORNELISSEN, Joep. **Corporate Communication: a guide to theory and practice**. SAGE Publications Ltd; 6ª edição, 2020
3. FORNI, João José. **Gestão de Crises e Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2019.
4. JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
5. SANTAELLA, Lucia. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.
6. TRINTA, Aluizio Ramos; POLISTCHUK, Ilana. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003
7. SHIMP, T.A.; CRESCITELLI, E. **Comunicação de Marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Outros materiais para bibliografia complementar serão encaminhados por meio do Moodle ao longo do semestre.