



Serviço Público Federal
 Universidade Federal de Santa Catarina
 Centro Sócio-Econômico
 Departamento de Ciências da Administração - Fone/Fax: 3721-9374 - 3721-9577
 CEP: 88.010-970 – Florianópolis - Santa Catarina

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO		
Instituição: Universidade Federal de Santa Catarina		
Curso: Ciências da Administração		
Disciplina: Administração da Comunicação		
Professor(es): Raimundo Nonato de Oliveira Lima		e-mail: rlima@cse.ufsc.br
Código: CAD5216	Carga Horária: 36hs	Créditos: 02
Pré-requisito(s):		
Período/Fase: 4ª	Semestre:	Ano:

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

3. OBJETIVO GERAL DA DISCIPLINA: Demonstrar a importância da comunicação na empresa. Expor os objetivos da comunicação com o público interno, bem como as ações e instrumentos necessários para se atingir esses objetivos.

4. OBJETIVO(S) ESPECÍFICOS(S) DA DISCIPLINA:

Propiciar aos alunos, elementos significativos da comunicação em busca da eficácia empresarial.

5. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1 Comunicação organizacional: Conceitos; objetivos; processo; fluxos e canais.
- 2 Públicos e Opinião Pública: Formação da opinião pública individual; comunicação dirigida
- 3 Comunicação: interna e com o mercado. Endomarketing; promoção, publicidade, propaganda. Imagem institucional.
- 4 O Campo da Comunicação Interna: Objetivos, ações; instrumentos; critérios na escolha dos instrumentos.
- 5 Pesquisa e Planejamento: Razões para pesquisar; tipos de pesquisa; fases do planejamento.
- 6 Gerente - Comunicador: Barreiras à comunicação efetiva; comunicação interpessoal; comunicação da equipe.

6. METODOLOGIA DO TRABALHO:

- a) Aulas expositivas;
- b) Leitura de textos – comentários
- c) Trabalho em equipe.

7. SISTEMA DE AVALIAÇÃO:

- 1) Pesquisa Bibliográfica;
- 2) Trabalho em equipe (parte escrita e apresentação);
- 3) Verificação.

8. ATENDIMENTO EXTRA-CLASSE:

Uma hora antes do início da aula – sala 209 (Depto de Administração).

9. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BEKIN, Saul F. **Conversando sobre Endomarketing**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- BEON, Phelippe. **Como desenvolver a comunicação na empresa**. Lisboa: Publicações Europa-América, 1992.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2001.
- BRUM, Analisa de M. **Endomarketing**. Porto Alegre: Ortiz, 1994.
- CERQUEIRA, Wilson. **Endomarketing: educação e cultura para a qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark. Ed., 1994.
- CORRADO, F.M. **A força da Comunicação**. São Paulo: Markron, 1993.
- HORTON, Thomas e Reid, Peter. **Endomarketing: empresários x executivos**. São Paulo: Markron, 1993.
- MCKENNA, Colleen. **Como se comunica com sucesso**. São Paulo: Market Books, 2002.
- PINHO, J.B. **Propaganda Institucional**. São Paulo: Summus, 1990.
- POLISTCHUK, Ilane e Trinta, Aluizio Ramos. **Teoria da Comunicação**. Rio de Janeiro, 2003.
- REGO, F.G. Torquato do. **Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional**. São Paulo: Summus, 1986.
- ROBBINS, Harvey. **Como ouvir e falar com eficácia** (série trabalho eficaz). Rio de Janeiro: Editora Campus, 1994.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, Poder, Comunicação e Imagem**. São Paulo: Pioneira, 1991.

10. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ANDRADE, Candido Teobaldo. **Curso de Relações Públicas**. São Paulo: Atlas, 1988.
- CANFIELD, Bertrand. R. **Relações Públicas**. 2 vol. São Paulo: Pioneira, 1970.
- FORTES, Waldyr G. **Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1990.
- KUNSCH, Margarida M.K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 1986.
- LLOYD, H. e Lloyd, Peter. **Relações Públicas**. Lisboa: Editora Presença, 1988
- NOGUEIRA, Nemércio. **Opinião Pública e Democracia**. São Paulo: Nobel, 1987.
- PENTEADO, J.R. Whitaker. **Relações Públicas nas Empresas Modernas**. São Paulo: Pioneira, 1984.
- VALENTE, C. e Nori, Walter. **Portas Abertas**. São Paulo: Best Seller, 1990.
- WEY, Hebe. **O Processo de Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 1983.
- WRAGG, David. **Relações Públicas em Marketing e Vendas**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- ZOGBI, Salma S. **Afinal, o que é relações públicas?** São Paulo: Nacional, 1987.