



Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia
Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br
CGC: 01.149.432/0001-21

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO / SEMESTRE LETIVO
Engenharia de Produção	2015.2
CÓDIGO	DISCIPLINA
ENGP019	Comunicação, Expressão e Negociação Empresarial
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72h	4º

EMENTA

Linguagem e Interpretação de textos: características das linguagens escritas; ambiguidade, vagueza e textura aberta da linguagem. Descobrimento e adjunção de sentido. Interpretação gramatical, lógica e sistemática. Interpretação restritiva e extensiva. Teoria da argumentação: características e utilidade na prática empresarial. Distinção entre demonstração e argumentação. Relação entre o raciocínio analítico e raciocínio argumentativo. Aplicações, Libras. Linguagem e Interpretação de textos: características das linguagens escritas; ambiguidade, vagueza e textura aberta da linguagem. Descobrimento e adjunção de sentido. Interpretação gramatical, lógica e sistemática. Interpretação restritiva e extensiva. Teoria da argumentação: características e utilidade na prática empresarial. Distinção entre demonstração e argumentação. Relação entre o raciocínio analítico e raciocínio argumentativo. Aplicações, Libras.

OBJETIVOS

Capacitar a ler e interpretar textos escritos em linguagem padrão culto, reconhecendo também os possíveis níveis linguísticos informais; Ampliar a capacidade de leitura crítica de textos em geral; Ampliar e aprofundar habilidades de comunicação nos ambientes organizacionais; Ampliar capacidades para comunicar-se de maneira eficaz; Gerenciar crises corporativas, integrar a comunicação e a cultura organizacional como vantagens competitivas nos ambientes profissionais.

PERFIL DO EGRESSO

O perfil desejado para o egresso do curso é o de uma Sólida formação científica e profissional geral que capacite o engenheiro de produção a identificar, formular e solucionar problemas ligados às atividades de projeto, operação e gerenciamento do trabalho e de sistemas de produção de bens e/ou serviços, considerando seus aspectos humanos, econômicos, sociais e ambientais, com visão ética e humanística, em atendimento às demandas da sociedade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Comunicação e seus Elementos

- 1.1. O que é comunicação?
- 1.2. Linguagem, língua e fala;
- 1.3. Elementos do processo comunicativo;
- 1.4. Modelo de Comunicação e Transmissão de mensagens.

2. Tipos de Comunicação

- 2.1 Verbal;
- 2.2 Não-Verbal.

3. Pontuação

4. Concordância e Regência

5. Formas Textuais: O Resumo e a Resenha Crítica

6. Figuras de Linguagem e Funções da Linguagem

7. Interpretação textual

8. Gêneros Textuais

9. A comunicação no contexto corporativo

- 9.1. O que é comunicação corporativa?
- 9.2. Principais Elementos;
- 9.3. Como administrar a Identidade e Imagem empresarial;
- 9.4. O marketing como uma poderosa ferramenta de comunicação.

10. Negociação Empresarial

- 10.1. O que é negociação empresarial?
- 10.2. Voz, dicção, flexibilidade, comunicação e persuasão;
- 10.3. Tipos e Estratégias;
- 10.4. Estratégias e Regras para uma boa negociação.

11. Gerenciamento de Crises no ambiente empresarial

- 11.1. O que é uma crise?

<p>11.2. Elementos e Características;</p> <p>11.3. Planos de gerenciamento de crises;</p> <p>11.4. Comunicação e negociação para administrar crises corporativas;</p> <p>11.5. Tópicos Especiais: Comunicação para crise e Redes Sociais.</p> <p>12. Libras.</p>
--

METODOLOGIA
<p>Nossa postura metodológica considera os conhecimentos prévios dos alunos, possibilitando a estes, instrumentais para que possam pensar a Comunicação de modo relacional. Para isso, utilizaremos recursos metodológicos que privilegiem tanto trabalho individual quanto em grupo, tais como:</p> <p>Estudo dirigido, aulas expositivas, seminários, resolução de listas de exercícios.</p> <p>Entende-se que algumas posturas e opções aqui apresentadas podem ser reavaliadas.</p>

AVALIAÇÃO
<p>O instrumento de avaliação consistirá na observação contínua, as discussões, a produção de trabalhos, problemas ou relatórios de atividades de pesquisas, trabalhos em grupo, tarefas individuais, pois estes constituem elementos importantes para a aprendizagem do aluno. Será considerado aprovado em cada unidade, que serão duas, o aluno que obtiver média igual ou superior a sete (7,0).</p>

BIBLIOGRAFIA BÁSICA
<p>CHALHUB, Samira. Funções da linguagem. 11 ed. São Paulo: Ática, 2003. ARGENTI, Paul. Comunicação Empresarial. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2011.</p> <p>CUNHA, Celso e LINDLEY CINTRA, Luiz Felipe. Nova Gramática do Português Contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.</p> <p>CITELLI, Adilson. Linguagem e Persuasão. 16 ed. São Paulo: Ática, 2007.</p> <p>GESSER, A. “Um olho no professor surdo e outro na caneta”: Ouvintes aprendendo a Língua Brasileira de Sinais. Tese de doutorado inédita, Campinas: Unicamp. 2006.</p>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de Comunicação Escrita. 22 ed. São Paulo: Ática, 2006.</p> <p>NEVES; Roberto de Castro. Comunicação Empresarial Integrada - como gerenciar</p>

imagem, questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais. 2 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

FIORIN, José Luiz. Elementos de Análise do discurso. 8 ed. São Paulo: Contexto, 2000.

MAINGUENEU, Dominique. Análise de textos em comunicação. 2 ed. São Paulo, Cortez, 2002.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. O que é comunicação empresarial. 8 ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

CHOO, Chun Wei. A organização do conhecimento - como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 3 ed. São Paulo: SENAC, 2011.

COLEGIADO DO CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO