

**CENTRO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DE PERNAMBUCO – CRPP**  
**ESCOLA SUPERIOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS – Esurp**  
**Fundador – Prof Francisco Higino Barbosa Lima**  
**Programa de Pós-Graduação 2009/2010**

**PLANO DE DISCIPLINA (1/2)**

**1) IDENTIFICAÇÃO**

Escola Superior de Relações Públicas – Esurp  
Curso: Relações Públicas na Comunicação Empresarial  
Disciplina: Comunicação Empresarial  
Carga Horária: 32 horas-aula  
Horário das aulas: 18:40 às 22:00, as terças e quintas-feiras  
Período: 25.03 a 22.04.2010 (04 horas-aula/dia, 08 dias-aula)  
Professor(a): Esmeralda Roberta Arruda de Moura – MSc

**2) EMENTA**

Princípios organizacionais. Comunicação como elemento de compreensão e poder. Comunicação e cultura nas organizações. Planejamento estratégico da comunicação empresarial. Identidade corporativa e imagem institucional.

**3) JUSTIFICATIVA DA DISCIPLINA**

As transformações advindas do cenário mercadológico globalizado têm exigido um perfil profissional multifacetado, com larga visão organizacional. O conhecimento dos meandros que permeiam a estrutura organizacional permite ao profissional de Relações Públicas assumir novos domínios e redimensionar o futuro da empresa.

A disciplina oferece a oportunidade entender os processos de gestão da comunicação organizacional e, também, entender e dominar o complexo mundo das organizações em geral, como condição básica para fortalecer e consolidar a imagem das organizações no contexto onde estão inseridas.

A importância da referida disciplina consiste na necessidade do profissional dominar o contexto da sua atuação profissional, tornando-se ciente do seu papel e de bem aplicar todo o conjunto de ferramentas que a profissão oferece, ajustando e conciliando todos os sujeitos e demandas que permitam alcançar os objetivos organizacionais.

**4) OBJETIVO GERAL**

Adquirir visão ampla e profunda do ambiente organizacional como fator fundamental na proposição de estratégias de comunicação organizacional;

**5) OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ↖ Compreender o processo organizacional como um sistema aberto;
- ↖ Entender as relações públicas como importante agente na micro-política organizacional;
- ↖ Conhecer o processo de formação da cultura organizacional;

- ◀ Dominar as ferramentas do planejamento estratégico da comunicação;
- ◀ Contribuir para a construção e manutenção da imagem organizacional.

## **6) CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. Princípios organizacionais
  - 1.1 O que é administrar hoje?
  - 1.2 Estrutura e níveis organizacionais
  - 1.3 Tipos de liderança
2. Comunicação como elemento de compreensão e poder.
  - 2.1 Percepções sobre o Poder: a força da palavra e construção do discurso
  - 2.2 Relações Públicas como função política
  - 2.3 As relações de poder e o desempenho organizacional
  - 2.4 O poder nos ambientes internos
3. Comunicação e cultura nas organizações
  - 3.1 Conhecendo a cultura e a comunicação organizacional
  - 3.2 O olhar das relações Públicas sobre a cultura organizacional
  - 3.3 Política de relacionamento
4. Planejamento estratégico da comunicação empresarial.
  - 4.1 Comunicação Gerencial
  - 4.2 Comunicação Administrativa
  - 4.3 Comunicação Social: (Comunicação interna e externa)
  - 4.4 Etapas lógicas do Planejamento
5. Identidade corporativa e imagem institucional.
  - 5.1 Competitividade e Imagem
  - 5.2 Organizações e pessoas pautadas pela imagem
  - 5.3 Imagem das Instituições Brasileiras

## **7) METODOLOGIA**

- ◀ Aulas teóricas de caráter expositivo;
- ◀ Realização de mini-seminários e debates sobre o tema da disciplina;
- ◀ Apresentações em PowerPoint;
- ◀ Exibição de filmes;

## **8) RECURSOS DE ENSINO**

- ◀ Equipamentos de multimídia;
- ◀ Quadro branco e pincel atômico;
- ◀ Textos selecionados;
- ◀ Palestrantes;
- ◀ Bibliografia.

## **9) AVALIAÇÃO**

- ◀ Elaboração de textos
- ◀ Trabalhos de pesquisa

- ↳ Exercícios em sala
- ↳ Participação em Seminários

## **10) BIBLIOGRAFIA**

### **10.1) BIBLIOGRAFIA BÁSICA** (dois títulos)

NEVES, Roberto de Castro. **Imagem Empresarial: como as organizações (e as pessoas) podem proteger e tirar partido do seu maior patrimônio.** Rio de Janeiro, Mauad, 1998.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Pioneira, 2004.

### **10.2) BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR** (dois títulos)

KUNSH, Margarida Maria Krohling (org). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

MARCIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional, um olhar estratégico sobre a organização.** São Paulo: Difusão Editora, 2006.

SILVA NETO, Belmiro Ribeiro da. **Comunicação Corporativa e Reputação - Construção e Defesa da Imagem Favorável.** Editora: Saraiva, 2009.