

PLANO DE APRENDIZAGEM

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO			
Curso: Administração			
Disciplina: LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL		Código:	
Professor: Wilma Cléa Ferreira.		e-mail: wilma.ferreira@unirios.edu.br	
CH : 40h		CH Total: 40h	Créditos: 02
Pré-requisito(s):			
Período: I		Ano: 2021.1	

2. EMENTA:

Entendendo a Comunicação organizacional. O processo de Comunicação nas organizações. A Comunicação interna. A relação da comunicação interna com a organização das empresas e a administração das pessoas. Os meios de comunicação nas organizações. Comunicação Integrada e Imagem Empresarial. Plano Integrado de Comunicação Empresarial. A comunicação na pequena empresa.

3. .: (COMPETÊNCIAS)

- Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
- Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;

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

- Discutir o escopo e os elementos estratégicos da comunicação empresarial;
- Apresentar a área técnica e teórica de assessoria de comunicação;
- Debater as teorias que orientam a estruturação do trabalho nas assessorias de comunicação; Capacitar para gestão dos processos inerentes ao trabalho nas assessorias de comunicação.
- Identificar os ruídos da comunicação e as formas de solucioná-los;
- Comparar diferentes estruturas de documentos técnicos;
- Organizar dados e informações necessárias ao processo de comunicação;
- Comparar diferentes estruturas textuais;
- Utilizar corretamente editores de texto e de apresentação.

5. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

ETAPA 01

1. Organizações: conceito, papel social, relação com o sistema social.
2. Comunicação nas organizações: papel e importância
3. Assessorias de comunicação: conceito, importância, presença no mercado de trabalho dos profissionais de comunicação, relações com outras áreas da publicidade (agências e produção).

4. Gestão em assessoria de comunicação: comunicação integrada. Conceito, importância e diferenciais em relação aos trabalhos realizados nas agências de publicidade.
5. O mix de comunicação integrada: institucional, mercadológica, interna e administrativa.
6. Comunicação institucional: conceito, importância e processo de gestão.
7. Comunicação mercadológica: conceito, importância e processo de gestão.
8. Comunicação interna: conceito, importância e processo de gestão.
9. Comunicação administrativa: conceito, importância e processo de gestão

ETAPA 02

10. Entendendo a Comunicação organizacional
11. O processo de Comunicação nas organizações
12. A Comunicação interna
13. A relação da comunicação interna com a organização das empresas e a administração das pessoas.
14. Os meios de comunicação nas organizações
15. Comunicação Integrada e Imagem Empresarial
16. Plano Integrado de Comunicação Empresarial
17. A comunicação na pequena empresa.

6.: METODOLOGIA DO TRABALHO:

A disciplina utilizar-se-á de diversas mídias, tendo a prática como fio condutor do processo de aprendizagem a partir da pesquisa como princípio educativo. A disciplina terá conteúdos e atividades disponibilizadas em Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA-SAGAH), visando à sinergia entre as estratégias de inovação no uso de tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) e os objetivos da disciplina, com vistas a promover aprendizagem significativa e colaborativa.

A aprendizagem dos conteúdos é baseada em metodologias que inserem o aluno em situações do seu cotidiano como profissional. A **aprendizagem baseada em projetos**, a **aprendizagem por equipes** e a **instrução por pares** (peer instruction) por serem comprovadamente as formas mais eficazes de desenvolvimento de competências.

Será adotado o modelo de **sala de aula invertida**, de acordo com o próprio ritmo do ambiente virtual e adaptação do acadêmico as metodologias e conteúdo, com resolução de problemas e execução de projetos.

O conhecimento prima pela **aprendizagem adaptativa**, com o conteúdo trabalhado em uma plataforma de aprendizagem que permite a inserção de novos elementos de aprendizagem, e considerando os cenários de evolução individuais e coletivos. A solução personalizada otimiza o tempo de estudo do acadêmico e eleva seus índices de aprendizagem.

Partindo do princípio da utilização da sala de aula invertida, auto estudo e resolução de problemas, a metodologia poderá ser utilizada tanto no PRESENCIAL CONECTADO quanto no PRESENCIAL, podendo ainda ser aplicada na modelagem híbrida, em que é considerada a mesclagem entre os dois modelos.

7. RECURSOS DE ENSINO:

- Plataforma virtual agendar** **Sala Configuração Flexível** **Laboratório (s) –**
- Prática em Campo** **Kit multimídia** **Outros (informar)**

8. SISTEMA DE AVALIAÇÃO: **AVALIAÇÃO:**

- **1ª Etapa:**
- **Avaliação Institucional** com questões objetivas e subjetivas valendo até 10,0 (dez) pontos
- **Avaliação Processual da Aprendizagem (AVA)** valendo até 10,0 (dez) pontos.

- **2ª Etapa:**
- **Avaliação Institucional** com questões objetivas e subjetivas valendo até 10,0 (dez) pontos
- **Avaliação Processual da Aprendizagem (AVA)** valendo até 10,0 (dez) pontos.

2ª CHAMADA: Todo o conteúdo da disciplina, individual; valor: 10,0 (dez)

PROVA FINAL: Todo o conteúdo da disciplina, individual; valor: 10,0 (dez)

09. ATENDIMENTO EXTRA CLASSE:

wilma.ferreira@unirios.edu.br

10. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FÁVERO, Leonor Lopes. **Coesão e coerência textuais**. São Paulo: Ática, 2004
JOLLES, Robert L. **Como conduzir seminários e workshops**. São Paulo. Papirus. 2000
KLEIMAN, Ângela. **Texto e leitor: Aspectos Cognitivos Da Leitura**. São Paulo: Pontes, 2004

11. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BETTEGA, Maria Lúcia. **Eventos e cerimonial: Simplificando as Ações**. EDUCS. 2004.
CESCA, Cleusa G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa**. São Paulo: Summus, 1995
FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Plantão. **Lições de texto: leitura e redação**. 3. ed. São Paulo: Ática, 19
KASPARY, Adalberto J. **Correspondência empresarial**. Rio Grande do Sul: Edita, 2002
REGO, Francisco Galdêncio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**. São Paulo: Summus, 1986

12. LEITURA COMPLEMENTAR:

FIORIN, José Luiz e PLATÃO, Francisco. Para entender o texto: leitura e redação. 17. ed. São Paulo: Ática, 2008. _____. Lições de texto: leitura e redação. 5. ed. São Paulo: Ática, 2006.
KOCH, Ingedore Villaça & ELIAS, Vanda Maria. Ler e compreender: os sentidos do texto. São Paulo: Contexto, 2006.
KOCH, & Ingedore Villaça ELIAS, Vanda Maria. Ler E Escrever - Estratégias de produção textual. São Paulo: Contexto, 2009.
MARQUES, Mário Osório. Escrever é preciso: o princípio da pesquisa.. Ijuí: Editora Unijuí, 2001.
SOLÉ, Isabel. Estratégias de Leitura. Porto Alegre: ARTMED/GRUPOA, 1999
MOYSÉS, Carlos Alberto. Língua Portuguesa: atividades de leitura e produção de textos. São Paulo: Saraiva, 2007.
SAUTCHUK, Inez. Perca o medo de escrever: da frase ao texto. São Paulo: Saraiva, 2011.
TRAVAGLIA, Luiz e KOCH, Ingedore. A coerência textual. 17. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

13. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:

14. APROVAÇÃO:

Aprovado em ____/____/____

Homologado em ____/____/____

COORDENADOR(A)

PRÓ REITORIA DE ENSINO

OBS: As datas das avaliações poderão sofrer alterações de acordo com o disciplinado pela secretaria acadêmica da UniRios.

