

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

IDENTIFICAÇÃO / IDENTIFICATION

UNIDADE CURRICULAR	Ateliers de Comunicação		
CICLO DE ESTUDO	Licenciatura	Nº ECTS	6

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM / LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

CONHECIMENTOS APROFUNDADOS

- Comunicação em contexto organizacional
- Funcionamento da comunicação nas organizações
- Estilos de comunicação
- Elementos fundamentais nas relações comerciais

APTIDÕES AVANÇADAS

- Saber recolher e interpretar informação relevante no processo de comunicação e negociação
- Saber aplicar os conhecimentos adquiridos, investigando autonomamente, de forma a comunicar e negociar eficazmente numa situação profissional
- Resolver problemas complexos de comunicação e negociação, assumindo a responsabilidade da tomada de decisões, fundamentação a sua argumentação
- Comunicar e negociar em contexto empresarial

COMPETÊNCIAS

- Caracterizar e relacionar os componentes e fatores dos processos de comunicação
- Saber diagnosticar o lugar e o impacto da comunicação em contextos organizacionais concretos
- Compreender a importância da Comunicação nas Organizações
- Preparar e conduzir uma negociação
- Comunicar tanto a públicos de especialistas como não especialistas

CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS / SYLLABUS

1. Comunicação organizacional
2. As dimensões básicas do processo comunicacional
 - a) Mensagens não-verbais
 - b) A escuta ativa
 - c) Feedback e desempenho
 - d) Estilos pessoais de comunicação
3. Fluxos e padrões de comunicação nas organizações
4. Comunicação na era da informação computadorizada
5. A comunicação interna (Endomarketing)
6. A Comunicação nos processos de relacionamento comercial
 - a) Elementos fundamentais
 - b) Tipologia
 - c) Comunicação de estratégias, técnicas e táticas negociais

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES

Os conteúdos programáticos estão em consonância com os objetivos de aprendizagem de várias formas: O CAPÍTULO 1 permitirá que os estudantes reconheçam a importância da comunicação organizacional para o sucesso de uma empresa. o CAPÍTULO 2 fornece elementos para conhecer o processo comunicacional, bem como os elementos chaves dos mesmos.

o CAPÍTULO 3 contribui para que o estudante consiga reconhecer fluxos e padrões comunicacionais numa organização em concreto.

O CAPÍTULO 4 prepara os estudantes reconhecer o papel da comunicação e a forma como é utilizada na era digital.

O CAPÍTULO 5 permite que os estudantes reconheçam o endomarketing como uma estratégia de marketing institucional voltada para ações internas na empresa.

o CAPÍTULO 6 permite que os estudantes adquiram conhecimentos fundamentais para um relacionamento comercial com sucesso.

MÉTODO DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUIDA) / TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

As metodologias de ensino são essencialmente tutoriais promovendo o autoestudo. O docente apresenta de uma forma geral os fundamentos teóricos e domínios de investigação da comunicação organizacional, fornecendo sugestões de leitura para aprofundamento das temáticas.

Os métodos de ensino incluem métodos ativos, como estudos de caso e trabalhos de investigação, respeitando as necessidades e diversidade dos estudantes, permitindo que escolham o tema dos mesmos. Pretende-se que recorram às novas tecnologias (computador e telemóvel) para a realização/apresentação dos trabalhos. As aulas servem também para discussão de casos e esclarecimento de dúvidas, embora possam existir sessões individuais para o mesmo efeito. As apresentações orais culminam o processo de aprendizagem.

Como se pode verificar, pelos projetos aplicados e pelo ensino eminentemente tutorial, as metodologias estão articuladas com o MP, com um ensino baseado no desenvolvimento de competências e centrado no Estudante.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES

As metodologias estão em consonância com os objetivos de aprendizagem e privilegiam um ensino aberto e aplicado, baseado no desenvolvimento de competências, centrado no estudante e promovendo a sua autonomia de várias formas:

As SESSÕES TUTORIAIS e o INCENTIVO AO AUTOESTUDO são fundamentais no seu processo de desenvolvimento e na aquisição de hábitos de aprendizagem ao longo da vida.

Os TRABALHOS DE INVESTIGAÇÃO desenvolvem capacidade do estudante investigar autonomamente, “ensinando-o” a recolher e interpretar informação relevante e a aplicar os conhecimentos adquiridos para resolver problemas de comunicação, complexos e imprevisíveis.

A METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO insere-se com naturalidade neste processo, apoiando o desenvolvimento de competências de comunicação e de interação com o ambiente empresarial.

TODAS AS METODOLOGIAS permitem que o estudante desenvolva competências na área da comunicação, favorecendo a sua adaptação no meio empresarial.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA / RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY

Vetritti, F. G. (2023). Comunicação na Sociedade Contemporânea Conectada, São Paulo: Senac

Da Costa Bueno, W. (2022). Comunicação Empresarial. São Paulo: Editora Manole

Arménio, R. (2022). Comunicação Pessoal e Organizacional. Lisboa: Ed. Silabo

Benneti, C. & Becker, A. (2021). Comunicação Assertiva. São Paulo: Literare Books.

Tavares, S. (2021). Comunicar com Sucesso. Lisboa: Oficina do Livro.

Rosenberg, M. (2021). Comunicação Não violenta. São Paulo: Ágora.

Josephson, S., Janes D. Kelly, J.D. & Smith, K. (2020). Handbook of Visual Communication : Theory, Methods, and Media. (2 ed.). Oxfordshire: Routledge

Amaral, Norberto (2019): Impacto - Como comunicar em público. Lisboa: Arena PT

Krogerus, M., Tschappeler, R. (2021). O Livro da Comunicação. Lisboa: Ed. Marcador.

Littlejohn, S., Foss, K. & Oetzel, J. (2016): Theories of human communication, 11th ed. Chicago: Waveland Press Inc.
<https://endomarketing.tv/canais-de-comunicacao-interna/#.XRoRMeztzKJ>
<http://comunica.org/>