

PLANO DE ENSINO
Projeto Pedagógico: 2018

Curso: Administração

Disciplina: Comunicação, negociação e liderança organizacional	Carga horária: 80 hs
---	-----------------------------

Aulas/Semana: 04	Termo Letivo: 7
-------------------------	------------------------

1. Ementa (sumário, resumo)

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. Cultura organizacional. Conceito de Clima Organizacional e o uso de técnicas para levantamento de informações e aplicação do conceito. Plano Integrado de Comunicação Empresarial. A comunicação na pequena empresa. Introdução à negociação. O uso de Técnicas de Persuasão nas negociações. Negociações integrativas. Negociações distributivas. Tensões fundamentais do processo de negociação. Dimensão comportamental da negociação. Gestão do processo de negociação. Como lidar com pessoas e situações difíceis. Teorias de gestão de pessoas, políticas e práticas de gestão de pessoas nas empresas. Conceitos de Liderança e Comportamento organizacional. Reflexos da Liderança e comportamento organizacional no ambiente das organizações.

2. Objetivos Gerais

Esta disciplina está inserida no curso de Administração como elemento que contribui para o desenvolvimento das seguintes habilidades e competências dos administradores formados pela FASAR:

- Raciocínio lógico e abstrato;
- Atuar nos diferentes segmentos organizacionais (formação generalista);
- Domínio da expressão escrita e oral;
- Assumir e delegar responsabilidades;
- Selecionar e classificar informações;
- Raciocínio crítico e iniciativa para propor soluções;
- Postura ética na tomada de decisões;
- Disposição para atualizar-se e aperfeiçoar-se constantemente;
- Consciência de responsabilidade social, ambiental e cidadania;
- Analisar de forma crítica e analítica resultados, informações e situações considerando o contexto em que estes acontecem e suas relações de causa e efeito diante do ambiente organizacional;
- Transferir e generalizar conhecimentos aplicando-os no ambiente de trabalho e no seu campo de atuação profissional;
- Exercer em diferentes graus de complexidade o processo de tomada de decisão;
- Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade de aprender e abertura às mudanças, buscando sempre a educação continuada e agindo como um

profissional empreendedor;
Ser um profissional adaptável atuando em diferentes ambientes e modelos organizacionais;
Atuar como consultor em gestão e administração, apresentar pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicas e operacionais.

3. Objetivos Específicos

Inserir o aluno no contexto do desenvolvimento da Comunicação Empresarial. Discutir a relação entre comunicação e administração. Demonstrar a importância da Comunicação como ferramenta estratégica no contexto empresarial.

Auxiliar os alunos a conhecer as ferramentas úteis para a preparação e condução de negociações e os aspectos do comportamento humano. Oferecer os conceitos mais importantes sobre negociações distributivas, integrativas e o próprio processo de negociação. Proporcionar a discussão sobre temas importantes para a gestão da negociação visando expandir as habilidades interpessoais nos diversos contextos profissionais.

Examinar / identificar os principais pressupostos teóricos das políticas e práticas de gestão de pessoas nas empresas. Conhecer as atividades e procedimentos das áreas que compõem o RH. Políticas de gestão de pessoas ontem e hoje e seus impactos. Analisar qual seria o gestor do amanhã.

4. Conteúdo Programático

1. Entendendo a Comunicação organizacional

- 1.1 - Conceitos básicos
- 1.2 - Surgimento e evolução

2. O processo de Comunicação nas organizações

- 2.1 - Níveis, barreiras, fluxos e redes (formal e informal)

3. A Comunicação interna

- 3.1 – Conceitos
- 3.2 – Importância

4. A relação da comunicação interna com a organização das empresas e a administração das pessoas.

5. Os meios de comunicação nas organizações

6. Comunicação Integrada e Imagem Empresarial

7. Plano Integrado de Comunicação Empresarial

8. A comunicação na pequena empresa.

9. Introdução a Negociação

- 9.1 – O que significa negociar
- 9.2 – A Arte da Comunicação
- 9.3 – Aspectos do comportamento humano, o nosso lado, o outro lado, o terceiro lado.

10. Conceitos e processos de negociações

- 10.1 – Negociação Distributiva
- 10.2 – Negociação Integrativa
- 10.3 – O Processo de Negociação e seus 05 passos

11 - Dimensão comportamental da negociação e sua gestão

- 11.1 – Emoções e tensões da negociação
- 11.2 – Ferramentas de Persuasão

- 11.3 - Influência e dificuldades nas negociações
- 11.4 - Gestão do processo de negociação
- 11.5 – Construindo a base ética das Negociações

12. Conceito de comportamento organizacional**13. Liderança****14. Motivação****15. Mudança****16. Poder e conflito****17. Clima organizacional e Cultura Organizacional****5. Metodologia do Ensino**

Aulas expositivas. Estudos de casos. Trabalhos de pesquisa individual e em equipe. Exercícios individuais, em equipe e seminários. Uso da Internet. Análise de textos extraídos da web, jornais e revistas especializadas para debates e estudos dirigidos. Dinâmicas de grupo, oficinas e workshops.

6. Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação obedece ao Plano de Avaliação Formal da instituição, a partir do qual, a avaliação do rendimento escolar é composta, basicamente, por quatro instrumentos: Nota da primeira **avaliação livre N₁** (0 a 2,0 pontos); **Nota da segunda avaliação livre N₂** (0 a 2,0 pontos); Nota de Observação N_o (0 a 1,0 ponto) e Avaliação Final (ou Prova Substitutiva) (0 a 5,0 pontos);.

A **Nota de Observação** é uma nota individual atribuída pelo professor ao aluno conforme observação de seu comportamento, participação, assiduidade, pontualidade, participação em sala de aula durante todo o período letivo, tanto em fatos do cotidiano escolar quanto em situações planejadas e vale, no máximo, 1,00 (um) ponto.

A **Avaliação Final** corresponde a uma prova escrita individual, a ser aplicada no final do período letivo **para cada disciplina**. Está prevista no Calendário Escolar da Faculdade e vale **no máximo 5,00 (cinco) pontos**

Na **Prova substitutiva N_s** os discentes que não puderem comparecer ou desejarem substituir a nota da Avaliação Final N_p poderão realizar a referida prova, a qual é aplicada no prazo estabelecido no calendário acadêmico da IES, caso a nota obtida na Prova Substitutiva seja inferior à nota da N_p prevalecerá a maior nota alcançada pelo estudante.

O discente que por motivo de força maior e plenamente justificado deixar de realizar avaliações N₁; N₂ na data agendada pelos docentes e no caso das N_p e N_s nas datas estabelecidas no calendário de provas institucional poderão requerer a **segunda chamada de prova**, requerimento esse que terá custo específico para o discente, sendo no máximo 2 requerimentos dessa modalidade por semestre.

A Nota final é o resultado da soma entre as N₁ + N₂ + N_o + N_p ou N_s atribuídas pelo professor no decorrer do período letivo, o critério de avaliação é **somatório**, ou seja, a Nota Final do aluno no Semestre é o resultado da soma entre a Avaliação Livre e a Avaliação Final ou Prova Substitutiva, de acordo com a seguinte equação:

$$N_F = N_1 + N_2 + N_o + N_p \text{ ou } N_s$$

em que:

N_F = Nota final do aluno no semestre;

N₁ = Nota da Avaliação Livre (0 a 2,00 pontos);

N₂ = Nota da Avaliação Livre (0 a 2,00 pontos);

N_o = Nota da Avaliação Livre (0 a 1,00 pontos);

N_p = Nota da Avaliação Final (0 a 5,00 pontos);

N_s = Nota da Prova Substitutiva (0 a 5,00 pontos).

O valor máximo de N_F é de **10,0 (dez)** pontos.

O Quadro I descreve os principais objetivos atribuídos a cada um dos tipos de avaliação.

Quadro I – Principais Objetivos e Formas de Avaliação

Avaliação		Objetivos Principais
Livre (somatório de 0,0 a 5,00 pontos)	Mensal (somatório de 0,0 a 4,00 pontos)	<ul style="list-style-type: none"> • Promover um acompanhamento contínuo do desempenho dos alunos na disciplina; • Verificar, de maneira diagnóstica, se os objetivos propostos estão sendo ou não alcançados; • Estimular a criatividade do professor no processo de avaliação.
	Nota de Observação (0,0 a 1,00 ponto)	<ul style="list-style-type: none"> • Acompanhar a evolução do aspecto comportamental do aluno (habilidades e atitudes); • Estimular a participação do aluno desde o início até o final de cada aula; • Criar um ambiente que favoreça o processo ensino – aprendizagem.
Prova Final / Prova Substitutiva (0,0 a 5,00 pontos)		<ul style="list-style-type: none"> • Acompanhar a evolução do aspecto cognitivo do aluno; • Verificar, de maneira interdisciplinar e conjunta, o nível de assimilação dos conteúdos estudados durante o período letivo.

Se a nota final do semestre (N_F) for igual ou superior a 6,0 (seis) e a frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária da disciplina, o aluno está **aprovado** na disciplina. Se a nota final do semestre (N_F) for maior ou igual a 3,0 (três) e inferior a 6,0 (seis) e a frequência igual ou superior a 75%, o aluno está **retido** por nota na disciplina. Se a nota final do semestre (N_F) for inferior a 3,0 (três) e/ou a frequência for inferior a 75% da carga horária da disciplina (qualquer que seja o valor de N_F), o aluno está **reprovado** por falta na disciplina.

Recursos Técnico-Pedagógicos (Audio-visuais/Laboratórios/Internet/etc)

Data-show. Equipamentos de reprodução de vídeo. Uso de recursos da Internet. Lousa. Visitas em organizações.

7. Bibliografia Básica

BERG, E. A. **Administração de Conflitos** - Abordagens Práticas Para o Dia a Dia - Edição Especial. Curitiba: Juruá.
 KAROLCZAK, M. **Andragogia** - Liderança, Administração e Educação. Curitiba: Juruá.
 Negociação - Fundamentos, Características e Estratégias. Curitiba: Juruá
 TSURU, S. K. **Liderança e Gestão de Pessoas Em Ambientes Competitivos** - Série Gestão
 REVISTA de Administração de Empresas. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2018.
 Disponível em: <<http://rae.fgv.br/rae-pub>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

8. Bibliografia Complementar

CAHEN, R. **Comunicação empresarial**. São Paulo: Best Seller..
 DE SÁ, P. R. G.. **Comunicação Integrada de Marketing**. Rio de Janeiro: Fgv.
 NEVES, R. de C. **Comunicação empresarial integrada**. Rio de Janeiro: Mauad.
 PINHEIRO, R. M.; CASTRO, G. C. de; SILVA, H. H.; NUNES, J.M. G. **Comportamento do Consumidor** - Série Marketing. Rio de Janeiro: Fgv.
 TSURU, S. K. **Negociação** - Fundamentos, Características e Estratégias. Curitiba: Juruá. GESTÃO & Regionalidade. São Caetano do Sul: Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2018.
 Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/>. Acesso em: 13 jun. 2018.