



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa de Unidade Curricular

- Ano Lectivo 2007/2008 -

Faculdade

Ciências da Economia e da Empresa

Licenciatura

Marketing e Publicidade

Unidade Curricular

Comunicação

Ano: 2º

Tipo: 2º Semestre

Nº ECTS: 6

Regente

Prof. Doutor João José da Silva Pissarra

Assistente

Dra. Ana Margarida Simões de Mendonça Melo Oliveira Portugal

Carga Horária Lectiva Semanal

Aulas Teóricas: -

Aulas Teórico-práticas: 2

Orientação Tutorial: 1

Língua de Ensino

Português

Objectivos Gerais

Iniciar o estudante na análise dos principais problemas da comunicação humana em diferentes ambientes de convivência social e contextos organizacionais.

Objectivos Específicos

- Diferenciar e caracterizar as principais abordagens teóricas aos problemas da comunicação humana;
- Identificar e caracterizar as principais barreiras à comunicação, bem algumas estratégias de redução dos seus efeitos negativos;
- Caracterizar os principais estilos pessoais da comunicação;
- Caracterizar os principais instrumentos de comunicação organizacional e seus efeitos na dinâmica das organizações;



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

- Identificação dos principais efeitos da comunicação mediada por computador.

Competências a adquirir

- Identificar e distinguir os elementos básicos na comunicação;
- Reconhecimentos de diferentes estratégias e estilos comunicacionais em função de diferentes níveis de comunicação;
- Novas posturas e comportamentos inibidores de barreiras comunicacionais;
- Domínio de instrumentos de diagnóstico na análise de processos comunicacionais.

Metodologia de Ensino

Aulas teórico-práticas, exercícios de competências comunicacionais individuais e de grupo, treino de competências.

Programa da Unidade Curricular / Conteúdo programático

1. Introdução
 - Noção de comunicação
 - Axiomática da comunicação
 - Comunicação, linguagens, comportamentos e interação humana
 - Instrumentos e meios
 - Contextos comunicacionais: Interpessoal, grupal, organizacional e societal
- 2 – Principais quadros teóricos da comunicação
 - 2.1 – Teorias cognitivas
 - 2.2 – Teorias cibernéticas
 - 2.3 – Teorias sistémicas
 - 2.4 – Teorias da complexidade
- 3 – Comunicação organizacional
 - 3.1 – Formal vs informal
 - 3.2 – Interna vs externa
 - 3.3 – Redes
 - 3.4 – Instrumentos e meios
4. Comunicação organizacional e responsabilidade social

Bibliografia Principal

Autor(es)

REGO, A.

Título

Comunicação pessoal e organizacional - Teoria e Prática

Edição

1ª

Local

Lisboa



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

4

Editora

Edições Sílabo

Ano

2007

Autor(es)

Tubbs, S., & Moss, S.

Título

Human Communication: Principles and contexts

Edição

9ª

Local

New York

Editora

McGraw Hill

Ano

2003

Bibliografia Complementar

Autor(es)

Frey, L., Gouran, D. S., & Poole, M. S.

Título

The handbook of group communication theory & research

Edição

1ª

Local

London

Editora

Sage

Ano

1999



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Autor(es)

Gabriel, Y.

Título

Storytelling in organizations: Facts, fictions and fantasies

Edição

1ª

Local

Oxford

Editora

Oxford Press

Ano

2000

Metodologia de Avaliação Contínua / Elementos relevantes

Método expositivo e interrogativo, apresentação teórica dos principais conceitos e teorias aplicáveis à disciplina.

Exercícios práticos sobre competências comunicacionais.

Como elementos para a avaliação serão realizados dois mini-testes (ponderação de 30%, cada), e exercício prático individual nas sessões de OT (40%).

Recursos Didáticos

Manuais de referência e outros materiais a fornecer pelos docentes

Palavras-chave

Comunicação, interação, comportamento, reunião, eficácia comunicacional.