

1. Dados de identificação

Curso: Administração
 Habilitação: Marketing
 Disciplina: Psicologia da Comunicação
 Carga Horária: 36 h/aula
 Créditos: 02
 Fase: 7ª
 Currículo: 2010/2
 Data de aprovação: 02/08/2010
 Professor: _____
 e-mail: _____

2. Caracterização da disciplina (ementa)

Linguagem e representação social. Metalinguagem. Comunicação e mecanismo de persuasão. Interferências psicológicas nos elementos de comunicação: pesquisas de opinião, pesquisas de mercado, imprensa de modo geral. Comunicação e controle pessoal. Direção. Comunicação, poder e autoridade. Controle e coordenação. As funções administrativas frente as novas tendências.

3. Objetivo geral

O desenvolvimento da disciplina pretende conferir ao aluno capacidade crítica de analisar e compreender aspectos referentes aos processos que fazem parte da comunicação, em decorrência de características internas e externas ao indivíduo, seja dentro ou fora do contexto organizacional.

4. Objetivos específicos

Desenvolver e aprimorar o conhecimento pertinente à psicologia da comunicação, assim como estimular a percepção e a capacidade de comunicação dos alunos que frequentam esta disciplina.

5. Conteúdo

01. O sentido e a comunicação.
02. Comunicação – âmbito e objetivo.
03. Modelo do processo de comunicação.
04. Fidelidade na comunicação.
05. Comunicação interpessoal.
06. Comunicação e cultura – os sistemas sociais.
07. Meios de comunicação de massa.

6. Avaliação

O método de avaliação de desempenho constará dos seguintes itens:

- a) Avaliação 1 (Av1) – Esta nota será o resultado da média aritmética simples de todas as provas que venham a compor a Avaliação 1; exceção, portanto, à AV3. Esta avaliação terá peso 3.
- b) Avaliação 2 (Av2) – Esta avaliação, também com peso 3, será composta de, no máximo, cinco trabalhos, como seminários e/ou outro instrumento de avaliação. Esta nota será o resultado da média aritmética simples de todas as atividades que venham a compor a Avaliação 2.
 $Av2 = \text{nota } 1 + \text{nota } 2 + \text{nota } n$
- c) Avaliação 3 (Av3) – Consistirá de uma prova individual, no final do semestre, em período fixado em calendário acadêmico, cobrindo todo o conteúdo do semestre e com peso 4.
- d) MF é a média final do aluno em cada disciplina, verificada ao término do período letivo. Para a aprovação, ela deverá ser igual ou superior a 6,0.
- e) Frequência: é exigida a frequência mínima de 75%.

7. Bibliografia

Bibliografia básica

- BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
 DEFLEUR, M.L.; BALL-ROKEACH, S. Teorias da comunicação de massa. Zahar, 1993.
 DIMBLEBY, R., BURTON, G. Mais do que palavras. Uma introdução à comunicação. São Paulo: Summus, 1990.

Bibliografia complementar

- ARGYRIS, Chris; BARTOLOMÉ, Fernando; ROGERS, Carl R. Comunicação eficaz na empresa. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
 BAHIA, Juarez. Introdução à comunicação empresarial. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
 BARÇANTE, Luiz César; CASTRO, Guilherme C. de. Ouvindo a voz do cliente interno. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
 BEON, Phelippe. Como desenvolver a comunicação na empresa. Lisboa: Publicações Europa-América, 1992.
 BLAND, Michael; JACKSON, Peter. A comunicação na empresa. Lisboa/Portugal: Editorial Presença, 1992.
 BORDENAVE, Juan E. Dias. O que é comunicação. 11. ed. São Paulo: Brasiliense, 1988. (1 exemplar)
 BOWDITCH, J. L., BUONO, A. F. Elementos do comportamento humano. São Paulo: Pioneiras, 1992.
 BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial. São Paulo: Manole, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação na era da qualidade: a comunicação empresarial se prepara para enfrentar os desafios do século XXI. São Paulo: Comtexto/Unimed Amparo, 1995.

CAHEN, Roger. Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre Comunicação Empresarial. 6. ed. São Paulo: Best Seller, 1990.

CAVALCANTI FILHO, J. P. (org). Informação e poder. Rio de Janeiro: Record, 1994.

_____. O indivíduo na organização: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1996. (v. 3).

CHAPPELL, R. T.; READ, W.L. Comunicação interna na empresa moderna. Rio de Janeiro: Forum Editora, 1973.

CORRADO, Frank M. A força da comunicação: quem não se comunica... São Paulo: Makron Books, 1994.

HEIDER, F. Psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Pioneira, 1970.

HOHLFELDT, Luiz C. Martino; FRANÇA, Vera V. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação empresarial. 3. ed. Campinas: Alínea, 2002.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Cultura, poder, comunicação e imagem. São Paulo: Pioneira, 1991.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação empresarial, comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986. (5 exemplares)

RODRIGUES, Adriano Duarte. Estratégias da comunicação. 2. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

STEPHENS. M. História das comunicações. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1993.