

FUC Comunicação nas Organizações

1. Caracterização da Unidade Curricular.

1.1. Designação da unidade curricular

Comunicação nas Organizações

1.1. Curricular unit designation

Communication in Organisations

1.2. Sigla da área científica em que se insere

G - Gestão

1.2. Acronym of the scientific area in which it is inserted

G – Management

1.3. Duração

Semestral

1.3. Duration

Semiannual

1.4. Horas de trabalho

125

1.5. Horas de contacto

22,5

1.6. ECTS

5

1.7. Observações

2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo).

Maria Filomena Dias Capucho: 22,5 horas

3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular.

4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes).

Compreender o conceito e o processo de comunicação interpessoal e sua relevância estratégica na atual conjuntura empresarial.

Analisar criticamente os diversos processos de comunicação interna e sua importância enquanto meio de gestão dos recursos humanos.

Compreender a importância dos fatores não-verbais na comunicação;

Desenvolver competências de comunicação em face-a-face e à distância;

Desenvolver competências de comunicação escrita em contexto institucional

Compreender temáticas específicas e atuais ligadas à comunicação empresarial, nomeadamente a comunicação intercultural.

4. Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students).

To understand the concept and process of interpersonal communication and its strategic relevance in the current business climate.

To analyze critically the various processes of internal communication and their importance as a means of human resource management.

To understand the importance of the non-verbal communication;

To develop communication skills in face-to-face and distance communication;

To develop communication skills in written institutional context

To understand current and specific themes related to business communication, including intercultural communication.

5. Conteúdos programáticos.

1. Introdução à Comunicação
 - 1.1. Comunicação e interação
 - 1.2. Comunicação interpessoal: da conversa informal aos contextos institucionais
 - 1.3. A especificidade da comunicação organizacional e empresarial
 - 1.4. Interação, relação e identidade(s)
 - 1.5. Comunicação e cultura(s)
 - 1.6. As componentes da comunicação: o verbal e o não-verbal
2. Comunicação e Organizações
 - 2.1. Perfil identitário da organização
 - 2.2. Perfis identitários na organização
 - 2.3. Recrutamento, seleção, acolhimento, socialização, avaliação (feedback)
 - 2.4. A reunião
 - 2.5. A comunicação organizacional como ferramenta de gestão
 - 2.5.1. Comunicação Externa
 - 2.5.2. Comunicação Interna
3. Comunicação Intercultural - um contexto comunicativo alargado:
 - 3.1. Modificações das coordenadas espaço e tempo
 - 3.2. As relações língua/cultura
 - 3.3. Globalização ou europeização?
 - 3.4. O não-verbal: formas não universais de comunicação
 - 3.5. A gestão do diálogo: regras locais de "turn-taking"
 - 3.6. Formas de tratamento e variáveis regionais e nacionais
 - 3.7. O problema dos implícitos
 - 3.8. O perigo dos estereótipos
 - 3.9. Da recepção à intercompreensão

5. Syllabus

1. Introduction to Communication
 - 1.1. Communication and interaction
 - 1.2. Interpersonal communication: from casual conversation to institutional contexts
 - 1.3. The specificity of organizational communication and business
 - 1.4. Interaction, identity and relationship (s)
 - 1.5. Communication and culture (s)
 - 1.6. The components of communication: verbal and non-verbal
2. Communication and Organisations
 - 2.1. Identity profile of the organisation
 - 2.2. Identity profiles in the organisation
 - 2.3. Recruitment, selection, care, socialization, evaluation (feedback)
 - 2.4. The meeting
 - 2.5. Organizational Communication as a tool for Management
 - 2.5.1. External Communication
 - 2.5.2. Internal communication
3. Intercultural Communication - a wider communicative context:
 - 3.1. Modifications of time and space coordinates
 - 3.2. The Relationship language / culture
 - 3.3. Globalization or Europeanization?
 - 3.4. The non-verbal: not universal forms of communication
 - 3.5. The dialogue management: local rules of "turn-taking"
 - 3.6. Address forms and regional and national varieties
 - 3.7. The problem of implicits
 - 3.8. The danger of stereotypes
 - 3.9. From reception to intercomprehension

6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Podem-se resumir os objetivos da unidade curricular em três grandes vertentes, nomeadamente a relevância da comunicação organizacional em termos internos e em termos externos, e os novos desafios que a globalização coloca às organizações em termos da gestão das respetivas estratégias de construção identitária. Os conteúdos programáticos

leccionados vão ao encontro destes grandes objectivos, na medida em que, após uma introdução, que se destina a familiarizar os alunos com os conceitos básicos da comunicação, se abordam alguns dos temas mais importantes quer para a comunicação interna das empresas e para a sua construção identitária específica. Por fim, abordam-se os desafios mais atuais para a comunicação empresarial, nomeadamente a comunicação intercultural.

6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives

One can summarize the objectives of the course in three main areas, namely the importance of corporate communication in internal and external terms, and the new challenges that globalization represents for organizations in terms of the management of their identities. The syllabus meets these important objectives, in that, after an introduction that is designed to familiarize students with the basic concepts of communication, some of the most important issues for internal corporate communication and identity construction are addressed. Finally, we address the newest challenges to business communication, in intercultural communication.

7. Metodologias de ensino (avaliação incluída).

Aplica-se um método expositivo e analítico. Após uma exposição simples, com base em apresentações PPT, discutem-se os temas apresentados e colocam-se problemas para suscitar a discussão coletiva, o confronto de pontos de vista, o diagnóstico e possíveis vias de resolução de problemas de comunicação. Neste sentido, privilegiar-se-ão momentos de simulação e exercícios práticos. A avaliação contínua consiste em dois momentos de avaliação: a qualidade das intervenções dos alunos em aula (20%) e a avaliação de um curto artigo sobre um dos tópicos do programa, cuja redação a professora orientará de perto (80%).

A avaliação final, para os alunos que não obtiverem sucesso na avaliação contínua, consta de um exame escrito individual (100%).

7. Teaching methodologies (including evaluation)

We apply both short lecture moments and an analytical or problem solving methodology. After the presentation of concepts and theoretical models, based on PPT documents, we analyze the issues and problems presented, in order to raise collective discussion, confrontation of views, as well as diagnosis and possible ways of solving communication problems. We will specially promote role play and practical activities.

Continuous assessment consists of two stages of evaluation: the quality of the student participation in the classroom activities (20%) and the assessment of an original paper on one of the topics of the syllabus (80%). The production of this paper will be closely accompanied by the professor.

The final assessment for the students who did not succeed in their continuous evaluation consists of a single written examination (100%).

8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

A metodologia de ensino utilizada vai ao encontro dos objectivos da unidade curricular na medida em que permite aos alunos desenvolver competências teóricas e práticas no domínio da comunicação empresarial. A exposição conceptual, juntamente com a discussão de pontos de vista e, sobretudo, o confronto com problemas e casos reais, permite aos alunos a compreensão do valor estratégico da comunicação nas suas vertentes interna e identitária, que constituem objetivos centrais desta unidade curricular. Além disso, as temáticas desenvolvidas nas atividades práticas irão frequentemente ao encontro da análise factual das consequências, para as organizações de temáticas como a comunicação intercultural.

8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's objectives

The teaching methodology used meets the objectives of the course in that it allows students to develop theoretical and practical skills in the field of business communication. The conceptual presentations, along with the discussion of the different points of views and, above all, the confrontation with problems and real cases, enables students to understand the strategic value of communication in their internal and identity aspects, which are central objectives of this course.

Moreover, the themes developed by the students on the practical activities, often meet the factual analysis of the consequences for organizations of topics such as intercultural communication.

9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória.

DZAMTOSKA, S., MATLIEVSKA, M., & DENKOVA, J. (2013). Internal communication as a precondition for successful management: theoretical approach. JPMNT, 1 (2), 96-101.

GOFFMAN, E. (2002). A Representação do Eu na Vida Cotidiana (10ª ed., M. C. S. Raposo, Trad.). Rio de Janeiro: Editora Vozes (Original de 1959).

MAÇÃES, M. (2017). Liderança, motivação e comunicação. Lisboa: Actual.

MOORE, N-J, HICKSON, M & STACKS, DW. (2013). Nonverbal Communication: Studies and applications (6th edition). Oxford University Press.

JABLIN, F; PUTNAM, L. (2000), The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods, Thousand Oaks, Sage.

SAMOVAR, L.A., PORTER, R.E., MCDANIEL, E.R., SEXTON ROY, C. (2014). Intercultural Communication: A Reader, Belmont: Wadsworth Publishing, 14th ed.

SARANGI, S. & ROBERTS C. (1999). Talk, Work and Institutional Order. Discourse in Medical, Mediation and Management settings. Berlin/New York : Mouton de Gruyter