



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: EMPREendedorismo na Comunicação	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE EDUCAÇÃO	SIGLA: FACED	
CH TOTAL TEÓRICA: 30	CH TOTAL PRÁTICA: 30	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Apresentar ao aluno a conceituação de empreendedorismo na comunicação, como também a retrospectiva histórica do conceito. Discutir exemplos de inovação empresarial no ramo da Comunicação, informações sobre as diversas ações necessárias para a criação e o sucesso de uma firma e um panorama sobre o papel da comunicação no setor empresarial do país, aliados ao estudo do tema e a apresentação de fontes de conhecimento e orientação sobre o assunto. A disciplina deverá produzir como resultado imediato um Plano de Negócios de Empreendimentos em Comunicação.

CONTÉUDO

Análise e conceituação de empreendedorismo na comunicação, a gênese do termo e as limitações do mesmo. Inovação empresarial no ramo da comunicação. O papel e a importância do comportamento empreendedor nas organizações. A busca de oportunidades dentro e fora do negócio. A iniciativa e tomada de decisão. A tomada de risco. A gestão empreendedora de pessoas nas organizações. Criatividade e oportunidade em comunicação. Comunicação e empreendedorismo no país.

PROGRAMA

Unidade I – Empreendedorismo na Comunicação:

- Retrospectiva histórica;
- Conceito, identificação e descrição das principais características;

- Concepções de inovação em comunicação;

Unidade II – Comunicação e Negócios:

- O negócio de sucesso em comunicação;
- Áreas promissoras na comunicação;
- As ferramentas e as linguagens da comunicação aplicadas aos negócios;
- O setor empresarial da comunicação no país;

Unidade III – Discurso das corporações:

- Análise de branding corporativo;
- Análise de discurso como ferramenta para construção do branding;
- Semiótica organizacional;
- Brainstorming empresarial;

Unidade IV – Plano de Negócios de Empreendimentos em Comunicação.

- Construção do Plano de Negócios

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2014.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

FOUCAULT, M. **A Ordem do discurso.** São Paulo: Loyola, 1996.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização.** São Paulo: Atlas, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** São Paulo: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedores de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

HOHLFELDT; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação.** São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **Novas tendências em análise do discurso.** 3.ed. Campinas: Pontes, 1997.

NETTO, J. Teixeira Coelho. **Semiótica, informação e comunicação.** São Paulo: Perspectiva, 1980.

PIGNATARI, Decio. **Informação, linguagem e comunicação.** São Paulo: Perspectiva, 1970.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de mortalidade de empresas.** Brasília: Sebrae, 1999. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: 10 ago. 2009.

APROVAÇÃO

15 / 10 / 2015
J. Ferreira

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

1 / 1
M. Soares

Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. Marcelo Soares Pereira da Silva
Carimbo e assinatura do Diretor da
Diretor da Faculdade de Educação
Portaria R. 354 de 02/04/2012
(que oferece a disciplina)

Folha 170
Faculdade de
Educação/UFU
L. Ferreira