



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

<b>CÓDIGO:</b> _____	<b>COMPONENTE CURRICULAR:</b> <b>EMPREENDEDORISMO NA COMUNICAÇÃO</b>	
<b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b> <b>FACULDADE DE EDUCAÇÃO</b>		<b>SIGLA:</b> <b>FACED</b>
<b>CH TOTAL TEÓRICA:</b> <b>30</b>	<b>CH TOTAL PRÁTICA:</b> <b>30</b>	<b>CH TOTAL:</b> <b>60</b>

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.

CONTEÚDO

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](http://www.sebrae.com.br). Acesso em: 10 ago. 2009.

APPROVAÇÃO

15 / 10 / 2015

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso

Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Dr. Marcelo Soares Pereira da Silva  
Diretor da Faculdade de Educação  
Unidade Acadêmica  
Portaria R. 394 de 02/04/2012  
(que oferece a disciplina)