

Divisão de Pós-graduação e Pesquisa – Academia do INPI

Professor: Evandro Julião de Almeida

Disciplina: Comunicação e Cultura Organizacional - A Comunicação como ferramenta de gestão para a consolidação de uma Cultura de Propriedade Industrial e Inovação nas organizações.

Código: MD CCO.el.3

e-mail: ejuliao@inpi.gov.br

Carga Horária: 45

Créditos: 3

Tipo:

Obrigatórias

Eletivas

x

Pré-requisitos: Não há

Objetivos da disciplina

Explorar métodos e estratégias para fomentar uma cultura de Propriedade Industrial (PI) e inovação nas organizações por meio da construção da comunicação administrativa como uma ferramenta de gestão que viabiliza a construção do conhecimento e o aprimoramento de práticas gerenciais.

O curso proverá, ainda, os aprendentes, de competências para utilização de ferramentas de sensibilização e construção de engajamento dos colaboradores à estratégia de P.I. das organizações pelo entendimento de Valor e Persuasão.

Também é intuito do curso desenvolver habilidades metodológicas e práticas para a elaboração de planos de comunicação interna visando a geração de respostas afetivas, cognitivas e comportamentais de curto-prazo, reverberando na promoção do patrimônio da marca e reputação da organização no longo-prazo.

Ementa

Introdução: A base do comportamento humano. Formação da personalidade. Atitudes, comportamentos e conduta. Comunicação humana: elementos, tipos e objetivos. Etapas do processo lógico de comunicação. Barreiras à comunicação humana. Elementos fundamentais da comunicação empresarial. Processo de comunicação. Interferências nos resultados organizacionais. Restrições na compreensão da mensagem. Escuta consciente e confirmação de compreensão da mensagem. Comunicação com diferentes perfis comportamentais. Percepção de estados emocionais. Expressão corporal. Comunicação integrada organizacional: o que é, características e canais de comunicação.

Conteúdo programático - Cronograma de atividades

Aula 1 – A base do comportamento humano

- A formação da personalidade;
- O comportamento humano
- A base do comportamento humano e seu impacto nas relações interpessoais
- Perfis comportamentais
- Atitudes, comportamentos e conduta

Aula 2 - Introdução à comunicação humana

- Comunicação humana: elementos, tipos e objetivos.
- Elementos: fonte, mensagem, canal, receptor.
- Tipos: verbal e não-verbal, unidirecional ou bidirecional, direta ou indireta, interpessoal ou de massa, pessoal ou profissional.
- Objetivos: informar, educar, inovar, persuadir, entreter.
- Etapas do processo lógico da comunicação
 - Desenvolvimento da mensagem;
 - Codificação e envio da mensagem;
 - Decodificação e compreensão da mensagem; e
 - Retroação.

Aula 3 – Aspectos relevantes da comunicação para evitar ruídos e construir engajamento

3.1 Barreiras à comunicação humana.

3.1 Barreiras físicas.

3.2 Barreiras pessoais.

3.3 Barreiras semânticas.

3.2. Ingredientes fundamentais da comunicação organizacional.

3.2.1 Estrutura.

3.2.2. Público

3.2.3. Meio

3.2.4. Clareza

3.2.5. Consistência

3.2.6 Impacto

3.2.7 Valor

3.2.8 Contextualização

3.2.9 Brevidade

3.2.10 Escuta

Aula 4 – Cultura de Propriedade Industrial e Inovação

4.1 O que é e como se forma a cultura organizacional;

4.1.1 Conceito e importância da cultura de PI nas organizações;

4.2 Como promover uma mentalidade inovadora e de proteção do conhecimento entre os colaboradores de uma organização.

4.3 Estratégias para integrar a PI nos processos de P&D e gestão de projetos.

Aula 5 – Transformação e aprendizagem organizacional

5.1 Conceitos e fundamentos teóricos e práticos;

5.2 Modelos e experiências;

5.3 Discussões teóricas relevantes, condicionantes e impacto;

5.4 Discussões práticas.

Aula 6 - Gestão do Conhecimento para a Propriedade Industrial e Inovação

6.1 Conceitos fundamentais da Gestão do Conhecimento Organizacional

6.2 Práticas de compartilhamento e proteção do conhecimento organizacional.

6.3 Desenvolvimento de bases de dados e repositórios internos sobre patentes, marcas e ativos intelectuais.

6.4 Ferramentas para promover a troca de conhecimento entre diferentes departamentos e unidades de negócio.

Aula 7 - Comunicação Estratégica para a Valorização de Ativos de PI

7.1 Como comunicar o valor dos ativos de PI para diferentes públicos da organização.

7.2 Construção de narrativas consistentes e persuasivas da inovação e PI para clientes, investidores e parceiros estratégicos.

7.3 Casos práticos de empresas que desenvolveram uma forte cultura de PI.

Aula 8 - Comunicação Integrada

8.1 Organizações e comunicação

8.2 Conceito e Estrutura

8.3 Comunicação interna ou administrativa

8.4 Comunicação Institucional

8.5 Comunicação Mercadológica

Aula 9 - Comunicação Estratégica para a Valorização de Ativos de PI

9.1 Desenho de processos e práticas para implementar uma cultura de PI em organizações.

9.2 Ferramentas e sistemas de informação para suporte à comunicação e gestão do conhecimento.

9.3 Métricas e indicadores para avaliar a efetividade das ações de comunicação e gestão da PI.

Aula 10 – Comunicação Integrada para PI - Dinâmicas e Práticas Ativas de Ensino

10.1 Estudos de caso sobre empresas que desenvolveram culturas fortes de PI.com o suporte da comunicação integrada

10.2 Workshops para elaboração de planos de comunicação interna visando a disseminação da importância da PI.

10.3 Discussões sobre desafios e estratégias práticas para integrar a PI à cultura organizacional por meio da comunicação.

Bibliografia

BANDLER, R.; GRINDER, J. A estrutura da magia. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos. 5. Ed. São Paulo: Pearson, 2017.

BERRY, L.; SELTMAN, K. Lições de gestão da clínica Mayo: por dentro de uma das mais admiradas organizações de serviço do mundo. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Burke, W. W. (2017). *Organization Change: Theory and Practice*. SAGE Publications.

Burnes, B. (2004). *Managing Change: A Strategic Approach to Organisational Dynamics*. Pearson Education.

CANERGIE, D. Como falar em público e encantar as pessoas. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2012

CUDDY, A. O poder da presença. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

DEL PRETTE, Zilda A. P.; DEL PRETTE, Almir. Competência social e habilidades sociais: manual teórico-prático. Petrópolis: Vozes, 2018.

FITZHERBERT, Nick. Apresentações mágicas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GOLEMAN, Daniel. Liderança: a inteligência emocional na formação do líder de sucesso. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

GOLEMAN, Daniel. Leadership that gets results. Harvard Business Review, v. 78, n. 2, p. 78-90, 2000.

Kotter, J. P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business Review Press.

Kotter, J. P. (2014). *Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World*. Harvard Business Review Press.

KYRILLOS, Leny; JUNG, Milton. Comunicar para liderar: como usar a comunicação para liderar sua empresa, sua equipe e sua carreira. São Paulo: Contexto, 2015.

KYRILLOS, Leny; JUNG, Milton. Comunicar para liderar: como usar a comunicação para liderar sua empresa, sua equipe e sua carreira. São Paulo: Contexto, 2015.

KYRILLOS, Leny; SARDENBERG, Carlos Alberto. Comunicação e liderança. São Paulo: Contexto, 2019.

KUNSCH, Margarida Kröhling. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. Signo y pensamiento, v. 26, n. 51, p. 38-51, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Summus editorial, 1986.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. Summus Editorial, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento estratégico da comunicação. In: [S.l: s.n.], 2008.

LOPES, Mariana Araujo Rodrigues Chapouto; KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação integrada: estudo descritivo das suas aplicações na produção científica e nas agências e assessorias de comunicação no contexto brasileiro. Anais.. São Paulo: SBPC, 2021.

MENDES, Eunice & ALMEIDA, Lena. Falar bem é fácil. São Paulo: Agwn, 2007.

MATOS, Gustavo Gomes de. Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo. Barueri: Manole, 2009.

McCRACKEN, Grant. Chief culture officer: como a cultura pode determinar o sucesso ou o fracasso de uma organização. São Paulo: Aleph, 2011.

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James Brian; GHOSHAL, Sumantra. O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados. 4. ed. São Paulo: Bookman, 2007.

PINTO, Fátima, ZOTES, Luis. LEMOS, Paulo, FRIDMAN, Salomão. Gestão estratégica de empresas. Editora FGV 2012.

PORTER, Michel E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

ROBBINS, S.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. Comportamento organizacional. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. Doubleday.

Stouten, J., Rousseau, D. M., & De Cremer, D. (2018). *Successful Organizational Change: Integrating the Management Practice and Scholarly Literatures.* *Academy of Management Annals*, 12(2), 752-788.

SCHEIN, Edgard. Cultura organizacional e liderança. São Paulo: Atlas, 2009. FRANÇA, Ana Shirley. Comunicação oral nas empresas: como falar bem e em público. São Paulo: Atlas, 2015.

SHINYASHIKI, Roberto. Os segredos das apresentações poderosas. São Paulo: Gente, 2012.

STONE, Douglas; HEEN, Sheila. Obrigado pelo feedback: a ciência e a arte de receber bem o retorno de chefes, colegas, familiares e amigos. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2016.

SOUZA, Carla Patricia da Silva. Cultura e clima organizacional: compreendendo a essência das organizações. Curitiba: Intersaberes, 2014. (BP)

TAVARES, Maurício. Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação empresarial. Summus editorial, 1986.

Periódicos

Revista de Administração de Empresas – ERA <http://www.rae.com.br/>

Brazilian Administration Review – BAR
http://anpad.org.br/periodicos/content/frame_base.php?revista=2

Cadernos EBAPE.BR (FGV) <http://www.ebape.fgv.br/cadernosebape>

Revista de Administração Pública – RAP
http://www.ebape.fgv.br/academico/asp/dsp_rap_sobre.asp

Revista de Administração e Inovação – RAI <http://www.revista-rai.inf.br/ojs-2.1.1/index.php/rai>

GALÁxia. Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura [GALÁxia \(PUCSP\)](#)

Revista Observatório <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/index>

Revista Latinoamericana de Ciencias de la comunicación
<https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/index>