



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO CONTINUADA
Comunicação Oral e Escrita¹**

Modalidade EaD

Piumhi - MG

Julho/2020

¹ Nomenclatura relacionada ao Código Brasileiro de Ocupações CBO 1421-05 (“Gerente administrativo”) e associada ao Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (“Técnico em Administração”).



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO**

Reitor:	Kléber Gonçalves Glória
Pró-Reitor de Extensão:	Carlos Bernardes Rosa Júnior
Diretor do campus:	Humberto Coelho de Melo
Coordenador do curso:	Rodrigo Gonçalves de Oliveira

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO CONTINUADA
Comunicação Oral e Escrita**

Modalidade EaD

Projeto Pedagógico do curso “Comunicação Oral e Escrita”, submetido ao Setor de Extensão do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais, como requisito parcial para a aprovação de Curso de Formação Continuada.

**Piumhi
Junho/2020**

Sumário

1. Dados institucionais
 2. Dados gerais do curso
 3. Justificativa
 4. Objetivos do curso
 5. Público-alvo
 6. Pré-requisitos e mecanismos de acesso ao curso
 7. Matriz curricular
 8. Procedimentos didático-metodológicos
 9. Descrição dos principais instrumentos de avaliação
 10. Definição dos mínimos de frequência e/ou aproveitamento da aprendizagem para fins de aprovação/certificação
 11. Infraestrutura física e equipamentos
 12. Referências
- Anexo I – Plano de Ensino

1. Dados Institucionais

Razão Social	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – IFMG
CNPJ	10.626.896/0001-72
Esfera Administrativa	Federal
Endereço	Rua Severo Veloso, 1880 – Bairro Bela Vista - Piumhi/MG – 37.925-000
Telefone/Fax	(37)3371-3371-3755
Site da instituição	www.ifmg.edu.br/piumhi

2. Dados Gerais do Curso

Nome do curso	Comunicação Oral e Escrita
Número de vagas por turma	A definir – Até 30
Periodicidade das aulas	Semanal
Carga horária	30 hs
Modalidade da oferta	À distância
Local das aulas	Ambiente Virtual de Aprendizagem
Coordenador do curso	Rodrigo Gonçalves de Oliveira rodrigo.goncalves@ifmg.edu.br Pós Graduação em Gestão de Pessoas pela UCAM (Universidade Candido Mendes), Graduado em Letras pela UNIFOR/MG. Atualmente servidor público, técnico administrativo, no cargo de Coordenador de Administração e Planejamento do IFMG-Campus Avançado Piumhi, também de forma paralela, instrutor nas áreas de Preparação para o Trabalho e Comunicação Oral e Escrita da Avamep (Instituição de Apoio ao Jovem Aprendiz) da cidade de Piumhi/MG.

3. Justificativa

A **comunicação** (do latim *communicatio.onis*,^[1] que significa "ação de participar") é um processo que envolve a troca de informações entre dois ou mais interlocutores por meio de signos e regras semióticas mutuamente entendíveis. Trata-se de um processo social primário,^[2] que permite criar e interpretar mensagens que provocam uma resposta.^[3]

A comunicação inclui temas técnicos (por exemplo, as telecomunicações), biológicos (por exemplo, fisiologia, função e evolução) e sociais (por exemplo, jornalismo, relações públicas, publicidade, audiovisual e mídia). No processo de comunicação em que está envolvido algum tipo de aparato técnico que intermedia os locutores, diz-se que há uma comunicação mediada.

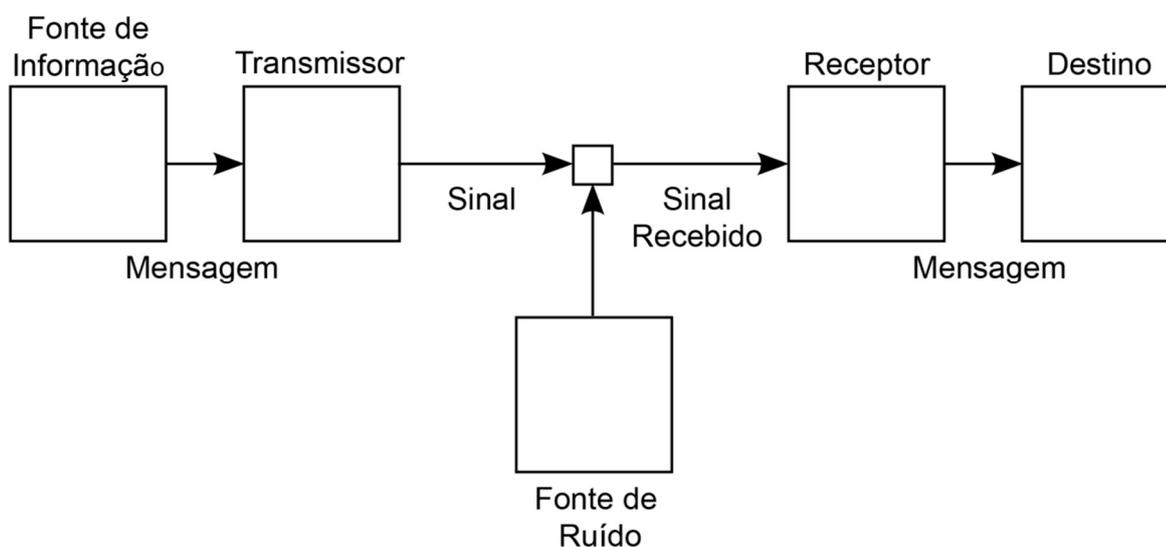


Diagrama esquemático de um sistema de comunicação geral/ Shannon e Weaver

Fonte –

https://pt.wikipedia.org/wiki/Comunica%C3%A7%C3%A3o#/media/Ficheiro:Shannon_Weaver_-_Modelo_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o.png, (2020)

Visto a importância da busca do conhecimento de melhoria da comunicação e o bom uso da mesma, em um conceito preparatório e intermediário, justifica-se esse curso devido a necessidade de capacitar pessoal a buscarem uma melhor comunicação oral e escrita na sociedade em geral e as múltiplas atividades ligadas ao tema. A necessidade de executar esse projeto se dá pelo fato que grande parte das pessoas tem dificuldades de se comunicar ao se apresentar em público, reuniões ou até mesmo em mensagens eletrônicas ou ofícios. Da mesma maneira como esse projeto teve sucesso em sua implantação na instituição de formação de Jovens Aprendizes da cidade local, nota-se que o público alvo vai além de outras idades também, sendo interessante ser implementando esse projeto para existir uma boa oportunidade de repasse de informações e técnicas de comunicação oral e escrita para os alunos adultos também, que poderão treinar essa dicas e até mesmo repassar às pessoas de sua vivência em comum, de forma direta e indireta. Percebe-se assim que, este projeto será uma ótima maneira de amenizar problemas de comunicação pessoal e coletiva, abrandando falhas comunicativas e fortalecendo as boas condutas de interação social via a comunicação oral e escrita.

4. Objetivos do curso

4.1 Objetivo Geral

Proporcionar melhorias, pessoais e profissionais, a partir de conhecimentos específicos sobre Comunicação Oral e Escrita.

4.2 Objetivos Específicos

1. Repassar conceitos gerais relacionados à Comunicação Oral e Escrita.
2. Capacitar o estudante para melhoria da Oratória e apresentação em público.
3. Despertar a prática pessoal de uso da Comunicação Não-Violenta
4. Apresentar aos alunos os conceitos e uso de ferramentas de comunicação virtual
5. Exemplificar aos aprendizes os usos de Comunicação Escrita Empresarial (Tipos de documentos da Redação Comercial)
6. Reforçar para o aluno conceitos a partir de explicações sobre estudos de Gramática ligados a Regência e Concordâncias.
7. Tipos textuais: ênfase para Redação Dissertativa

5. Público-alvo

O curso Comunicação Oral e Escrita tem como público alvo principal, pessoas com no mínimo ensino fundamental completo e que tenham intenção melhor sua comunicação em apresentações, entrevistas e áreas que exijam uma melhor explanação. Desta maneira, o curso está aberto para pessoas que queiram conhecer técnicas de melhoria de comunicação pessoal e para despertarem ao contínuo treinamento e desenvolvimento dessas.

6. Pré-requisitos e mecanismos de acesso ao curso

Pré-requisitos para seleção: Ensino Fundamental Completo.

Processo seletivo: ordem de inscrição e entrevistas assíncronas.

7. Matriz curricular

Componentes Curriculares	
1ª Semana – 10 horas	i) Conceitos gerais de comunicação oral e escrita; ii) História da Comunicação; iii) Exercícios Avaliativos.
2ª Semana – 10 horas	i) Redação Comercial e Dissertativa ii) Gramática: Regências e Concordâncias iii) Práticas e Exercícios Avaliativos.
3ª Semana – 10 horas	i) Técnicas de Oratória; ii) Comunicação Não-Violenta iii) Avaliação Final – Avaliação de Vídeos de Oratória

8. Procedimentos didático-metodológicos

O curso é composto por nove módulos distintos nomeados segundo os componentes curriculares constantes na matriz curricular. Cada um dos módulos é constituído por uma série de até quatro videoaulas de quinze minutos cada, leituras orientadas na apostila didática, questionários aplicados diretamente no ambiente virtual de aprendizagem e laboratórios virtuais de aprendizagem com exercícios interativos e autocorreção.

9. Descrição dos principais instrumentos de avaliação

A avaliação ao longo do curso se dará ao final de cada módulo – avaliação modular (AM) - de modo que o aluno só estará apto a avançar para o módulo seguinte a após a obtenção de aproveitamento igual ou superior a 70% na AM do atual.

A AM da 1ª Semana (Exercícios Avaliativos) será composta de uso livre em fórum eletrônico e de um quiz sobre os conceitos estudados.

A AM da 2ª Semana (Práticas e Exercícios Avaliativos) será composta de análise de Ata de Reunião Fictícia, seguindo exemplo de Minuta, e de um quiz sobre os conceitos estudados.

O curso finda com uma avaliação final, a partir de análise do aluno de vídeos de oratória, acessados eletronicamente em link específico. Logo após assistir cada vídeo, o aluno deverá responder um questionário sobre os vídeos e que tem analogias sobre peculiaridades estudadas em todo curso, demonstrando assim, de forma significativa e de revisão de estudos e fixação do conceito da importância da boa Comunicação em nossa vida profissional ou pessoal, reforçando ao aluno buscar usar as técnicas dos conhecimentos adquiridos no curso de Comunicação em questão. Nessa avaliação final, o discente deve obter o aproveitamento mínimo necessário para a conclusão do curso (70% da nota dessa etapa e 70% na somatória geral, conforme barema conceitual).

Como o curso é via plataforma Moodle e trocas de mensagens eletrônicas, ao longo dos módulos, de forma automática de sistema, os alunos terão uma percepção de auto avaliação de seu desempenho, propiciando parâmetros norteadores para a verificação continuada da aprendizagem.

10. Definição dos mínimos de frequência e/ou aproveitamento da aprendizagem para fins de aprovação/certificação

A frequência mínima para aprovação será definida como sendo uma fração de $\frac{3}{4}$ do número de dias úteis no prazo previsto de integralização, neste caso, três semanas (15 dias úteis), portanto, sendo necessários pelo menos 11 acessos à plataforma para obtenção da frequência mínima.

Para fins de certificação, o discente além de manter a frequência mínima exigida deverá obter rendimento global mínimo de 70%. O rendimento global será calculado pela média aritmética simples dos aproveitamentos de cada um dos módulos.

11. Infraestrutura física e equipamentos

O Instituto Federal de Minas Gerais, em seus variados *campi*, possui estúdios de EaD equipados com modernos sistemas de captação de vídeo e áudio, sistemas de iluminação e sistema de isolamento acústica.

Além disso, possui equipe técnica multidisciplinar que atua na definição de políticas e padrões para o ensino a distância, acompanhando as etapas de pré-produção, produção e pós-produção.

As videoaulas ficarão armazenadas em uma plataforma de *streaming* e as salas virtuais em servidores dedicados na reitoria da instituição, constantemente acompanhados por técnicos especializados.

A plataforma Moodle e uso de ferramentas eletrônicas (e-mails, redes sociais) auxiliarão no dinamismo e melhor interação e organização do decorrer do curso.

12. Referências

LAMA, Dalai – 1999. **A Arte da Felicidade - Um manual para a vida**

CARNEGIE, Dale – 1958. **Como fazer amigos e influenciar pessoas**

MEDEIROS, João Bosco e TOMASI, Carolina. **Comunicação Empresarial**

SENAE, 2012. **Comunicação Oral e Escrita**

Artigos Eletrônicos: pesquisa Google de artigos de Doris Drucker:
https://scholar.google.com.br/scholar?lr=lang_pt&q=%22Doris+Drucker%22&hl=pt-BR&as_sdt=0,5

Artigos Eletrônicos: pesquisa Google de artigos de Marshall Rosenberg:
https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&lr=lang_pt&as_sdt=0%2C5&q=%22Marshall+Rosenberg%22&btnG=

Videos Eletrônicos: Youtube Canal Gislene Isquierdo:
<https://www.youtube.com/channel/UCdDqRdNsl6ykxgjj1u8Anw>

Videos Eletrônicos: Youtube Canal Sergio Cortella:
<https://www.youtube.com/channel/UCyTS929PXJSUiBEFSzdyppg>

Anexo I – Plano de Ensino

Plano de ensino do curso proposto.

NOME DO CURSO: Comunicação Oral e Escrita		
CH teórica: 20h	CH prática: 10h	CH total: 30 h
EMENTA: Conceitos gerais de comunicação oral e escrita; História da Comunicação; Redação Comercial e Dissertativa; Gramática: Regências e Concordâncias; Técnicas de Oratória; Comunicação Não-Violenta; Práticas e Exercícios Avaliativos;		
Objetivos gerais: O objetivo geral desse curso é proporcionar melhorias, pessoais e profissionais, a partir de conhecimentos específicos sobre Comunicação Oral e Escrita.		
Objetivos específicos: São objetivos específicos deste curso: <ol style="list-style-type: none">1. Repassar conceitos gerais relacionados à Comunicação Oral e Escrita.2. Capacitar o estudante para melhoria da Oratória e apresentação em público.3. Despertar a prática pessoal de uso da Comunicação Não-Violenta4. Apresentar aos alunos os conceitos e uso de ferramentas de comunicação virtual5. Exemplificar aos aprendizes os usos de Comunicação Escrita Empresarial (Tipos de documentos da Redação Comercial)6. Reforçar para o aluno conceitos a partir de explicações sobre estudos de Gramática ligados a Regência e Concordâncias.7. Tipos textuais: ênfase para Redação Dissertativa		
Bibliografia Básica: <ol style="list-style-type: none">1. LAMA, Dalai – 1999. A Arte da Felicidade - Um manual para a vida2. CARNEGIE, Dale – 1958. Como fazer amigos e influenciar pessoas3. MEDEIROS, João Bosco e TOMASI, Carolina. Comunicação Empresarial4. SENAE, 2012. Comunicação Oral e Escrita		
Bibliografia Complementar: <p>Artigos Eletrônicos: pesquisa Google de artigos de Doris Drucker: https://scholar.google.com.br/scholar?lr=lang_pt&q=%22Doris+Drucker%22&hl=pt-BR&as_sdt=0,5</p> <p>Artigos Eletrônicos: pesquisa Google de artigos de Marshall Rosenberg: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&lr=lang_pt&as_sdt=0%2C5&q=%22Marshall+Rosenberg%22&btnG=</p> <p>Videos Eletrônicos: Youtube Canal Gislene Isquierdo: https://www.youtube.com/channel/UCdDqRdNsl6yKXgijj1u8Anw</p> <p>Videos Eletrônicos: Youtube Canal Sergio Cortella: https://www.youtube.com/channel/UCyTS929PXJSUiBEFSzdyppg</p>		