

# Pós-Graduação a distância

## Comunicação Estratégica nas Organizações

### Disciplinas:

- 1) Dispositivos Interacionais no Contexto das Organizações
- 2) Interações: Perspectivas Teórico-Methodológicas
- 3) Discurso e Sentido nas Organizações: Enquadramentos
- 4) Imagem e Reputação na Gestão Organizacional
- 5) Cultura Digital e Redes Sociais nas Organizações
- 6) Comunicação Interna
- 7) Novos Paradigmas do Ambiente Jornalístico
- 8) Relacionamento Estratégico com Públicos de Interesse
- 9) Formação da Opinião Pública
- 10) Planejamento em Comunicação no Contexto das Organizações
- 11) Gestão de Marca, Expressividade e Sensorialidade
- 12) Processos Integrados em Comunicação

### Ementas:

#### **Disciplina 1 – Discurso e Sentido nas Organizações: Enquadramentos**

Discurso. Quadros e representações. Construção discursiva no contexto organizacional. Construção de sentidos. Organização e interlocutores.

#### **Disciplina 2 – Interações: Perspectivas Teórico-Methodológicas**

Matriz teórico-metodológica da perspectiva interacional da Comunicação. Comunicação organizacional (informação, mediação e interação); Paradigma Relacional e comunicação organizacional; comunicação como ferramenta vs. comunicação como processo interacional; Processos interacionais no cenário da midiatização; interação, alteridade e estratégia.

### **Disciplina 3 – Imagem e Reputação na Gestão da Identidade Organizacional**

Discurso e organização; identidade organizacional; imagem organizacional como construção mental; reputação; aferição da imagem pela satisfação; imagem e reputação; reputação e opinião; a mídia e a formação da reputação; reputação e mediação; comunicação corporativa e sua contribuição para a reputação das organizações.

### **Disciplina 4 – Dispositivos Interacionais no Contexto das Organizações**

Perspectivas teórico-metodológicas acerca dos dispositivos. Os dispositivos foucaultianos. As leituras de Deleuze e Agamben sobre os dispositivos. Processos dispositivantes. Relações entre saber e poder na formação dos dispositivos.

### **Disciplina 5 – Cultural Digital e Redes Sociais nas Organizações**

Cultura digital; redes e mídias sociais; as redes sociais nas organizações; redação para ambientes digitais interativos; inbound marketing; métricas e monitoramento; hipertextualidades; gestão de crise nas redes sociais; planejamento estratégico para redes sociais.

### **Disciplina 6 – Comunicação Interna**

Complexidade, discursos e construção de sentidos nas organizações. Comunicação interna e cultura organizacional. Estratégias relacionais da comunicação interna. Construção do Plano de Comunicação Interna. Cultura da Comunicação.

### **Disciplina 7 – Novos Paradigmas do Ambiente Jornalístico**

Assessoria de imprensa e rotinas produtivas. Produção de conteúdo nas organizações. Media training. Perspectivas do jornalismo diante do avanço dos meios eletrônicos e das redes sociais. Jornalismo e construção da opinião/imagem pública. Jornalismo e cenários complexos inaugurais.

### **Disciplina 8 – Relacionamento Estratégico com Públicos de Interesse**

Comunicação para as comunidades. Públicos em Relações Públicas. Transparência. Responsabilidade social.

### **Disciplina 9 – Formação da Opinião Pública**

Conceitos de opinião pública. Opinião pública e mídia. Opinião pública e transformações da visibilidade. Opinião Pública e as organizações. Análise de tendências e estudos do micro e macro ambientes. O ambiente e o relacionamento com a mídia.

### **Disciplina 10 – Planejamento em Comunicação no Contexto das Organizações**

Comunicação nas organizações. Relacionamentos das organizações com a sociedade. Comunicação integrada. Conceituação e fases do planejamento. Diagnóstico. Identificação de públicos. Estratégias. Monitoramento e avaliação e resultados.

]

### **Disciplina 11 – Gestão de Marca, Expressividade e Sensorialidade**

Expressividade e sensorialidade da marca; a semiótica da marca: imagem e produção simbólica, a importância da marca e seu valor, valor de marca, marca corporativa e valor nas empresas, a marca na sociedade contemporânea, gestão de marca, identidade de marca: gestão e comunicação.

### **Disciplina 12 – Processos Integrados em Comunicação**

Comunicação integrada. Atuação estratégica e integrada. Cultura comunicacional. Planejamento e articulação de missão, princípios e visão institucionais. Interfaces com o marketing.