

# Pós-Graduação a distância

## Comunicação Organizacional e Branding

### Disciplinas:

- 1) Cultura Organizacional
- 2) Comunicação Organizacional
- 3) Comunicação Pública E Política - Gerenciamento De Crise E Opinião Pública
- 4) Comunicação Integrada De Marketing
- 5) Comunicação Digital E Relacionamento De Marca
- 6) Publicidade, Propaganda E Novas Linguagens
- 7) Branding Digital
- 8) Métricas De Avaliação Em Comunicação
- 9) Assessoria De Imprensa E Comunicação
- 10) Introdução Ao Branding
- 11) Semiótica Das Marcas
- 12) Legislação, Sustentabilidade E Responsabilidade Social
- 13) Marketing E Planejamento De Comunicação
- 14) Pesquisa De Marketing E Branding
- 15) Projeto E Pesquisa

### Ementas:

#### Disciplina 1 – Cultura organizacional

Definição de cultura organizacional. Função da Cultura organizacional. Fatores Formadores da cultura organizacional. Tipos de Cultura Organizacional. Desenvolvimento da Cultura Organizacional. Definição de clima organizacional. Relação entre clima e cultura organizacional. O papel da liderança no processo de cultura e mudança organizacional. Gestão de conflitos nas relações interpessoais.

---

---

---

## **Disciplina 2 - Comunicação organizacional**

O funcionamento e a conformação das organizações. As diversas linguagens do Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. A comunicação nas organizações como processo que envolve públicos, ações e estratégias. A política de comunicação como um conjunto de ações e instrumentos subordinados aos objetivos e missão das organizações.

## **Disciplina 3 - Comunicação Pública e Política - Gerenciamento de Crise e Opinião Pública**

Privado, público estatal, público não estatal. Estado, sociedade civil, poder. Panorama histórico da comunicação pública. O caso brasileiro. Comunicação pública: conceito, abrangência, finalidades. Comunicação Política e Comunicação de Serviço. Estratégia de comunicação – identidade, conceito, imagem. Opinião Pública, meios e poder: formas de controle da opinião, crises e gestão.

## **Disciplina 4 - Comunicação integrada de marketing**

Princípios da Comunicação Integrada de Marketing. Plano de Marketing. Papel da Comunicação Integrada de Marketing em relação ao valor da marca. Macro estrutura da Comunicação Integrada de Marketing. Planejamento da Comunicação Integrada de Marketing. Ferramentas de Comunicação.

## **Disciplina 5 - Comunicação digital e relacionamento de marca**

Aspectos teóricos da comunicação digital. Comunicação digital nas organizações. Planejamento da comunicação digital. Planejamento de Comunicação para Redes Sociais Online. Relacionamento de marca no contexto das novas mídias. Captação e fidelização de clientes.

## **Disciplina 6 - Publicidade, propaganda e novas linguagens**

Estrutura e funções da agência de publicidade. Criação publicitária. Referências e briefing. Publicidade, propaganda e persuasão. Influências da literatura no texto publicitário. Conceitos, slogans e assinaturas. Texto para mídia impressa. Meios eletrônicos: on e off. Textos para as novas mídias. Publicidade e entretenimento, branded content e marketing de conteúdo.

## **Disciplina 7 - Branding Digital**

Definição de branding. O branding no contexto das novas mídias. O impacto da marca na Internet. Branding e redes sociais. A presença digital da marca. Relacionamento com os stakeholders. Estratégia de marca na Internet.

## **Disciplina 8 - Métricas de Avaliação em Comunicação**

Conceitos práticos sobre métricas para ações de marketing digital. Desenvolvimento do planejamento de métricas para ações on-line off-line, e monitoramento de campanhas digitais.

### **Disciplina 9 - Assessoria de imprensa e Comunicação**

O papel do comunicador na assessoria de comunicação integrada. Técnicas de assessoramento. A estrutura do texto para a imprensa. Os diferentes modelos de texto produzidos em uma assessoria de imprensa. O papel do jornalismo nas organizações e no relacionamento com a mídia e com as redes sociais.

### **Disciplina 10 - Introdução ao Branding**

Conceitos relacionados a construção e gestão de marcas. Processos e princípios relacionados à construção de marca. Teorias relacionadas ao Branding: Identidade de Marca, Proposta de Valor, Posicionamento de Marca e Arquitetura de marca. Processos de construção e gestão de marcas. Brand equity.

### **Disciplina 11 - Semiótica das Marcas**

Conceito de semiótica. Semiótica aplicada à gestão das marcas. Pesquisa e diagnóstico semiótico das marcas. Processo de desenvolvimento de criação de marcas. Noções gerais de identidade visual. Contextualização dos sistemas de identidade visual. Conceituação dos componentes e dos princípios básicos dos sistemas de identidade visual. Design Estratégico: métodos e práticas da utilização do design como diferencial estratégico. Experiências de marca. Design como expressão de marca.

### **Disciplina 12 - Legislação, sustentabilidade e responsabilidade social**

Design sustentável. Sustentabilidade e responsabilidade social como estratégias em um novo paradigma. Compliance e ética empresarial. Código de ética de comunicação e propaganda. Leis relacionadas ao exercício da comunicação organizacional e da marca. Propriedade Intelectual: registros e leis.

### **Disciplina 13 – Marketing e Planejamento de Comunicação**

O conceito de marketing e suas gerações. O Marketing dentro dos diversos tipos de organização. Comunicação e marketing. Planejamento de marketing. Planejamento de comunicação. As ferramentas estratégicas. Diagnóstico, ferramentas e planejamento. SIM – Sistema de Informações Mercadológicas.

### **Disciplina 14 – Pesquisa de Marketing e Branding**

Métodos em pesquisa: pesquisas exploratórias, qualitativa e quantitativa, experimentais. Pesquisa contemporânea: cases - segmentação do mercado, etnografia de comportamento e pesquisa de clima organizacional. Classificação social: perspectiva brasileira e comportamentos. Técnicas e prática para as metodologias de pesquisa para avaliação de conceito, imagem e posicionamento de marcas.

## **Disciplina 15 - Projeto e Pesquisa**

O pré-projeto de pesquisa. O projeto de Pesquisa. A importância dos estudos preliminares. Definição do tema e do problema. Hipóteses. Objetivos. Justificativa. Construção do referencial teórico. Metodologia. Normas para Elaboração do projeto de pesquisa. A organização de texto científico II (Normas ABNT).

---

---

---