

Análise de Resultados e Métricas em Redes Sociais

Provocar no aluno uma perspectiva de análise crítica das métricas e monitoramento disponíveis nas redes sociais. O intento é propiciar um olhar investigativo e um aprofundamento nos conceitos que enredam a lógica de fluxo de dados no ambiente virtual. Construir experiências práticas que revelam a importância e a eficácia das métricas e do monitoramento no plano de comunicação digital.

Atualidade e Crítica no Mundo Digital

O exercício da comunicação exige do profissional uma atenção especial com relação a um sentido de atualidade do mundo. Especialmente na contemporaneidade, devido à variedade e intensidade das formas de participação política no mundo digital, bem como da necessária afirmação e validação de novas e velhas identidades e modos de existência, o comunicador precisa ser capaz de refletir criticamente e compreender as dinâmicas sociopolíticas do mundo. Nesse mundo em constante atualização e disputa, como o profissional da comunicação deve dialogar, informar e representar instituições, empresas e pessoas? Como as novas construções e reafirmações identitárias afetam empresas, clientes e usuários? Nesta disciplina, visamos contribuir para a formação de profissionais críticos e preparados para atuar de forma responsável e ética nos meios digitais, que compreendam as responsabilidades advindas da comunicação em rede e sejam capazes de traçar estratégias comunicacionais bem-sucedidas, que dialoguem de forma coerente e humanizada com a sociedade.

Como estratégia didática, propomos uma revisão de conceitos importantes acerca da alteridade no mundo digital para refletir sobre as dinâmicas sociopolíticas de raça e gênero, dos modos da subjetivação política e da afirmação identitária na contemporaneidade. Partimos dessa discussão teórica para uma aplicação prática com estudos de caso e exercícios de interpretação e planejamento comunicacional, com o intuito de problematizar o exercício ético e humanizado da comunicação.

Conteúdo e Gestão de Comunidade

Proporcionar ao aluno uma visão ampla da gestão de comunidades, em especial em ambiente digital, a partir da produção de conteúdos frente às formas contemporâneas de comunicação. Os ambientes digitais, com ênfase nas plataformas de redes sociais e canais diversos de comunicação permitem que as organizações estejam frente a seus públicos por mais meios. Cada meio pode proporcionar atuações diferentes do público junto à organização. A gestão de comunidades visa fortalecer a presença digital de diferentes corporações, com ênfase no fortalecimento do branding, no estabelecimento de um diálogo que permita efetiva escuta dos públicos, no acompanhamento das múltiplas vozes de seus públicos estratégicos e no estreitamento de laços com estes mesmos públicos.

A disciplina compreende teoria e prática, de maneira a fornecer ao participante uma visão integrada tanto dos canais e plataformas possíveis como das formas de se utilizá-las para que contribuam com a atuação dos comunicadores do fortalecimento das marcas em seus diversos canais de comunicação, gerando familiaridade e sensação de proximidade.

Cultura Digital e Criação de Conteúdo

A atuação do profissional da comunicação, hoje, se entrelaça aos processos culturais que estruturam a experiência digital. Por isso, é necessário que o comunicador esteja preparado para entender as possibilidades, os limites e as responsabilidades da prática de criação de conteúdos que podem influenciar, guiar, entreter, alertar, informar ou seduzir, inserindo marcas, produtos e espectadores/usuários no jogo cultural de socialização e consumo. Por isso, nesta disciplina, propomos uma reflexão teórica acerca do papel desse profissional na sua interface com a Cultura Digital, visando o desenvolvimento prático dos métodos de planejamento e de criação de conteúdo digital. Assim, pretendemos aprimorar simultaneamente as ferramentas conceituais de compreensão e interpretação da cultura e as ferramentas práticas de criação de textos, imagens e sons, a fim de orientar e contribuir para uma atuação coerente e criativa do profissional da comunicação.

Estratégias de Mídia e Tráfego Pago

- Compreensão teórica das plataformas de tráfego pago. O que são os algoritmos e como as plataformas utilizam a lógica da bolha de filtro.
- Planejar e pensar estrategicamente campanhas de tráfego pago em diferentes plataformas.
- Elaborar plano de mídia alinhado a objetivos estratégicos com metas, prazos, resultados esperados e verba.
- Estudar as segmentações e comportamento de público no mercado.
- Aprendizado prático das principais plataformas de mídia: Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, Mídia Programática.
- Analisar como funciona a compra de mídia.
- Aprendizado prático de otimização de campanhas e análise de dados.
- Definição de KPI's e formas de mensuração para acompanhamento das campanhas.
- Plataformas de mídia off e MarketPlace.

Gerenciamento de Crises na Comunicação Digital

Desenvolver a visão de que a comunicação é crucial no gerenciamento de crises internas e externas às organizações;

Apresentar os principais conceitos e práticas de comunicação em situações de crise;

Apresentar informações, conceitos e técnicas que permitam prevenir ou gerenciar crises de reputação e de imagem de pessoas, instituições públicas ou corporações privadas, incluindo gestão de marcas e relacionamento estratégico, e sobre a gestão da comunicação organizacional, como gestão de riscos e crises, ética e compliance.

Utilizar no mercado de trabalho a aplicabilidade dos temas tratados, uso de cases e reflexões apresentadas;

Refletir sobre o momento atual e como as marcas podem atuar e se proteger.

Linguagens para Ambientes Digitais

Construir referencial teórico que dê suporte para o manejo de diversas linguagens em ambientes digitais. Instrumentalizar os alunos para refletir criticamente sobre processos de produção, circulação e leitura de textos multimodais em ambientes digitais. Capacitar os estudantes a identificar contratos de comunicação e condições de produção, para que saibam utilizar estratégias discursivas adequadas. Analisar as transformações e as implicações geradas a partir da apropriação das tecnologias digitais pela sociedade e compreender os impactos disso no trabalho de comunicadores. Lapidar o senso crítico no planejamento e execução da Comunicação Digital em ambientes plataformizados, em que estão envolvidas lógicas de performance algorítmicas.

Narrativas Transmidiáticas

Proporcionar ao aluno instrumentos e ferramentas para este seja capaz de estabelecer planejamentos de comunicação transmidiáticas. Em um mundo com pluralidade de canais, destinados a formatos diversos de comunicação, e acessados por públicos também diversos, cabe aos profissionais de comunicação serem capazes de reconhecer os canais possíveis, entendê-los em suas diferenças e semelhanças, encontrar a linguagem adequada a cada canal e também os diversos públicos que os acessam. As narrativas transmidiáticas, ao atravessarem diversos canais, proporcionam que os diversos públicos de uma organização possam ter acessos diferentes a um mesmo discurso, adequado ao canal que mais lhe cabe. Assim, os profissionais que souberem estabelecer narrativas transmidiáticas para as organizações as quais prestam serviços saem na frente na busca por engajamento de consumidores e defensores das marcas.

A disciplina compreende teoria e prática, de maneira a fornecer ao participante uma visão integrada tanto dos canais e plataformas possíveis como das formas de se utilizá-las para que componham um projeto transmídia de comunicação corporativa.

Oficinas de Produção de Conteúdo

- Alinhar os objetivos do projeto de comunicação digital com as estratégias de alta performance;
- Reconhecer a importância de manter-se atualizado com as ferramentas de comunicação digital em diversos ambientes digitais;
- Definir e estudar personas, públicos-alvo e suas formas de recepção e diálogo;
- Compreender como se apropriar dos canais digitais adequados para sua estratégia;
- Aplicar a interação e o engajamento estratégico;
- Entender a multidisciplinaridade de linguagens nas plataformas digitais.

Planejamento em Comunicação Digital

- Pensar e agir estrategicamente no ambiente digital, apropriando-se das ferramentas de comunicação de forma a otimizar as práticas e atividades das marcas;
- Identificar as necessidades comunicacionais das organizações (marcas, produtos e serviços) para lhes oferecer as melhores estratégias de ação no ambiente digital, sejam relacionadas às redes sociais ou quaisquer outras ferramentas de comunicação digital;
- Construir planejamentos de comunicação digital que envolvam ações de marketing digital e de conteúdo;

Presença e Subjetividades nas Redes

- Analisar presença e subjetividade nas Redes;
- Compreender os processos de criação de persona digital;
- Estudar a lógica de consumo da presença e da subjetividade nas redes;
- Aprofundar em linguagem e produção de conteúdo focado em presença e subjetividade;
- Criar uma estratégia de posicionamento nas redes;
- Compreender a produção de conteúdo;
- Criar um planejamento de mercado para presença nas redes com foco em subjetividade.

Projetos Audiovisuais Digitais

- Contextualizar o Audiovisual Digital no Brasil;
- Compreender os conceitos do audiovisual digital;
- Analisar os formatos narrativos digitais mais usados em jornalismo e publicidade;
- Compreender o processo de criação de pautas para o audiovisual digital;
- Criar um projeto de audiovisual digital para as áreas de jornalismo ou publicidade.



Especialização em Estratégias de Alta Performance em Comunicação Digital

OFERTA 2, TURMA 1, MODALIDADE Assíncrono

EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS

Redes Sociais e Estratégias ESG

- Conceituar ESG e contextualizar sua prática nas empresas brasileiras;
- Compreender o panorama dos grupos minorizados no Brasil e as políticas afirmativas nas empresas;
- Compreender o papel das redes sociais nas estratégias ESG das companhias;
- Criar conteúdos alinhados com a pauta ESG de maneira consistente e genuína;
- Compreender a importância das mediações em redes sociais no contexto ESG.

Storytelling e Processos Criativos

- Contextualizar a criatividade nos processos de criação de conteúdo digital;
- Compreender as dinâmicas do processo criativo e maneiras de sistematizá-lo;
- Compreender conceito e técnicas de storytelling em conteúdos digitais;
- Criar um produto criativo para mídias sociais e outras ambiências digitais;
- Experimentar novas possibilidades de conteúdo digital

Teoria da Comunicação Digital

A disciplina tem como objetivo principal oferecer conhecimento e base de entendimento histórico, social e cultural do funcionamento das mídias da comunicação digital. A partir da compreensão do ambiente digital, das ferramentas atuais de apropriação na internet, redes sociais, sistemas e interfaces, o aluno terá fundamentos para análise e aplicação dos conceitos estudados em ambientes profissionais e para criar planos de comunicação digital com relevância e alta performance. Vamos estruturar diálogos com autores atualizados da teoria da comunicação digital e oferecer uma perspectiva da comunicação digital da contemporaneidade.