

# COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

## EMENTAS

### MÓDULO 1 – TENDÊNCIAS EM COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

#### **Governança, Integridade e Sustentabilidade (36)**

**Ementa:** Os processos de gestão interna de governança corporativa, suas relações com o mercado e prestação de contas a investidores, o avanço de acordos internacionais e as pressões legais e da sociedade. Sustentabilidade e governança ambiental, social e corporativa (ESG). A importância da integridade, ética e do compliance para a governança corporativa ESG. Os programas de integridade, compliance e ética. O papel estratégico da comunicação para a governança corporativa e a integridade das organizações. A comunicação nos processos de engajamento das partes interessadas interna e externamente às organizações.

#### **Comunicação Pública (20)**

**Ementa:** A comunicação pública e suas abordagens de interesse público e governamental. A comunicação de interesse público e a interação entre agentes públicos e atores sociais. A perspectiva cidadã da comunicação de interesse público e suas relações com o direito social coletivo. A comunicação governamental, fluxos de informação e relacionamento entre as instituições ligadas ao Estado. Tipos e instrumentos da comunicação pública. Políticas de comunicação: transparência, democratização da informação, cidadania comunicativa.

#### **Comunicação Humanitária (16)**

**Ementa:** A comunicação humanitária e suas relações com a comunicação pública, organizações não-governamentais e organizações privadas. As estratégias de advocacy para a solução de problemas de interesse social. Estratégias de comunicação e advocacy.

### MÓDULO 2 - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, REPUTAÇÃO E RISCOS

#### **Identidade, Imagem e Reputação nas Organizações (36)**

**Ementa:** Conceituação de identidade, imagem e reputação. A comunicação na construção e manutenção da identidade, imagem e reputação. Estratégia e planejamento da identidade e imagem corporativas. Identidade e sua relação com cultura organizacional. Gestão da reputação. Contexto digital, oportunidades e riscos para a imagem e a reputação. O mapeamento e relacionamento com os públicos para a imagem e reputação. Auditoria de imagem e mensuração de reputação

#### **Gestão de Risco em Comunicação (20)**

**Ementa:** Conceito de comunicação de risco. Diagnóstico de vulnerabilidades nas organizações: prevenção e riscos residuais. Plano de contingenciamento de crises e a gestão de riscos de imagem: estratégias, ferramentas, monitoramento e o pós-crise.

#### **Comunicação e Cultura Organizacional (16)**

**Ementa:** Conceito e características da cultura organizacional. Modelos de cultura organizacional. O impacto da cultura digital na cultura organizacional. O papel da comunicação na criação e transformação da cultura organizacional.

### MÓDULO 3 - RESULTADOS E MÉTRICAS

#### **Mensuração de Resultados em Comunicação (20)**

**Ementa:** Os processos de avaliação e mensuração e sua importância na Comunicação Organizacional. Avaliação e mensuração como etapas do planejamento de área. Modelos e metodologias de avaliação e mensuração.

#### **Ferramentas e Métricas em Redes Sociais (16)**

**Ementa:** As ferramentas disponíveis para avaliação e mensuração de resultados em Comunicação Organizacional. O valor das métricas e como utilizá-las para avaliação de resultados.

## **MÓDULO 4 - MERCADO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS**

### **Pesquisa de Mercado e de Opinião Pública (20)**

**Ementa:** Sistema de informação de Marketing. Pesquisa de mercado. Pesquisas quantitativa e qualitativa. Pesquisa de opinião pública quantitativa e qualitativa. Etapas da pesquisa. Elaboração de relatórios de pesquisa.

### **Mobilização de Recursos em Projetos de Comunicação (16)**

**Ementa:** Plano de mobilização de recursos. Formas de mobilização: doações individuais ou de organizações, apoios e patrocínios; financiamento coletivo; voluntariado digital; e eventos especiais.

## **MÓDULO 5 – COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL DIGITAL**

### **Comunicação Organizacional Digital: Aspectos Conceituais e Estratégicos (36)**

**Ementa:** A transformação digital e os novos cenários para as organizações: dos fluxos informativos aos processos interativos. As plataformas digitais e os algoritmos na comunicação organizacional. Políticas e diretrizes de comunicação organizacional na ambiência digital e sua dimensão estratégica na análise de oportunidades e ameaças. Visibilidade e invisibilidade no ambiente digital. Dimensão humana e questões éticas.

### **Comunicação Organizacional Digital: Aspectos Técnicos (20)**

**Ementa:** O relacionamento das organizações nas mídias digitais. As organizações como influenciadoras digitais. Planejamento de comunicação digital: monitoramento de reputação, públicos de interesse, objetivos de comunicação, identificação das mídias digitais (incluindo redes sociais, sites, blogs), definição de conteúdos alinhados com a estratégia da organização e de relevância para os públicos.

### **Gestão da Presença Digital da Organização (16)**

**Ementa:** Coleta, organização, análise e monitoramento de dados no ambiente digital. Níveis de engajamento nas mídias digitais. Atributos institucionais constituídos e percebidos. Gestão de relacionamentos nas redes.

## **MÓDULO 6 - COMUNICAÇÃO INTEGRADA**

### **Planejamento da Comunicação Integrada (36)**

**Ementa:** Princípios e importância do planejamento de comunicação integrada. Níveis do planejamento: Estratégico, Tático e Operacional. Origem e evolução conceitual do Planejamento Estratégico. Estudo do ambiente organizacional (análise interna) e setorial (análise do micro-ambiente externo e macro ambiente): cenários e tendências. Diagnóstico comunicacional. Modelos de planejamento. Plano estratégico de comunicação integrada: estruturas e etapas.

### **Gestão da Comunicação Integrada e Branding (20)**

**Ementa:** As relações entre comunicação integrada e marketing. Os vínculos entre imagem e marca. Os atributos da marca na comunicação integrada. Os públicos como ponto de partida para uma comunicação integrada de marca. Gestão de imagem corporativa junto aos públicos on e off line.

### **Estratégias da comunicação integrada (16)**

**Ementa:** Estratégias da comunicação integrada on e off line. Ferramentas e ações de comunicação integrada. Diferentes canais de comunicação e seus impactos junto aos públicos.