

## **MBA EM COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

### **OBJETIVO**

---

CAPACITAR PROFISSIONAIS A PENSAREM ESTRATEGICAMENTE A COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, UTILIZANDO AO MÁXIMO O POTENCIAL TÁTICO PARA DIVULGAR SEUS PRODUTOS, SERVIÇOS E POSTURAS, ATRAVÉS DE FERRAMENTAS DE GESTÃO E TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, OBJETIVANDO UM DIÁLOGO AMIGÁVEL COM SEUS CLIENTES.

### **DISCIPLINAS**

---

#### **1 - ASSESSORIA DE IMPRENSA**

UTILIZAÇÃO E IMPORTÂNCIA DA FERRAMENTA ASSESSORIA DE IMPRENSA NO MIX DE COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS. O COTIDIANO DAS ASSESSORIAS DE IMPRENSA. TÉCNICAS DE DIVULGAÇÃO : PRESS RELEASES, NOTAS, EXCLUSIVAS, COLETIVAS. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA MÍDIA ESPONTÂNEA. PECULIARIDADES DO RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA EM SITUAÇÕES DE CRISE.

#### **2 - COMUNICAÇÃO DIGITAL E REDES SOCIAIS**

FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL. CONTENT MARKETING E OS TIPOS DE FERRAMENTAS DIGITAIS. PLANEJAMENTO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL. ANÁLISE DA PRESENÇA NO AMBIENTE ONLINE. CRIANDO UM CICLO DE GESTÃO E PRODUÇÃO. REDES SOCIAIS – PLANEJAMENTO E GESTÃO. REDES SOCIAIS – O QUE PRECISAMOS SABER SOBRE ELAS. ESTRATÉGIAS E MONITORAMENTO.

#### **3 - COMUNICAÇÃO INTERNA**

DIFERENÇAS ENTRE COMUNICAÇÃO INTERNA E ENDOMARKETING. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTEGRADA. CONTRIBUIÇÕES DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA O AMBIENTE ORGANIZACIONAL. IMPACTOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA COMUNICAÇÃO INTERNA. A IMPORTÂNCIA DA LIDERANÇA NA COMUNICAÇÃO INTERNA. FLUXOS DA COMUNICAÇÃO INTERNA. ELABORAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO INTERNA (DIAGNÓSTICO, PLANO DE AÇÃO, IMPLEMENTAÇÃO, ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO).

## **4 - CULTURA ORGANIZACIONAL E GESTÃO DA MUDANÇA**

AS MUDANÇAS NO MUNDO DOS NEGÓCIOS E SUAS INTERFERÊNCIAS NO DESENVOLVIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES: RESPOSTAS AOS NOVOS DESAFIOS. AS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS: CULTURA ORGANIZACIONAL COMO FATOR ESTRATÉGICO NA GESTÃO DE MUDANÇA.

## **5 - ÉTICA NA COMUNICAÇÃO**

FUNDAMENTOS DA ÉTICA E DA MORAL. NORMAS DE COMPORTAMENTO. RESPONSABILIDADE MORAL E SOCIAL. DILEMAS MORAIS. TEORIAS DA OBRIGAÇÃO MORAL. A ÉTICA LIBERTÁRIA E A ÉTICA UTILITARISTA. ÉTICA NO JORNALISMO E NA PUBLICIDADE. ÉTICA CORPORATIVA E A CONSCIÊNCIA MORAL.

## **6 - FORMATAÇÃO DE PROJETOS E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS**

FORMATAÇÃO DE PROJETOS: ESTUDO DE VIABILIDADE, ASPECTOS INTERDEPENDENTES DO CONTEÚDO DO PROJETO. O PROJETO : REDAÇÃO, ELEMENTOS CONSTITUTIVOS . PLANO DE AÇÃO E CRONOGRAMA. ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS: PRINCIPAIS ATRIBUTOS DO ORGANIZADOR DE EVENTOS. TIPOLOGIA E DIVULGAÇÃO DE EVENTOS. ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO DOS EVENTOS . ETAPAS DE PRODUÇÃO GRÁFICA: DA CRIAÇÃO DO LAYOUT AO ACOMPANHAMENTO FINAL DO PRODUTO GRÁFICO. PUBLICIDADE : O QUE ANUNCIAR.

## **7 - GESTÃO DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO**

CONCEITO E DELIMITAÇÃO DA SOCIEDADE DO CONHECIMENTO E DA SOCIEDADE; EXPLICAÇÃO DA COMPETITIVIDADE BASEADA NO CONHECIMENTO; RELACIONAMENTO DA INTELIGÊNCIA COM A GESTÃO DO CONHECIMENTO; HISTÓRICO DA GESTÃO DO CONHECIMENTO E PRINCIPAIS CONCEITOS; DEFINIÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL; DEFINIÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL; CONCEITOS RELACIONADOS À INOVAÇÃO; APRESENTAÇÃO DOS ATORES DO PROCESSO DE INOVAÇÃO E O CONTEXTO EM QUE ATUAM; PRINCIPAIS HABITATS DE INOVAÇÃO, ENTENDIDOS COMO AMBIENTES DE INCENTIVO ÀS ATIVIDADES DE INOVAÇÃO. DISCIPLINA DESENVOLVIDA NA SECRETARIA VIRTUAL.

## **8 - INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE**

CRIATIVIDADE E A VISÃO ESTRATÉGICA DA EMPRESA. CAPITAL HUMANO ORIENTADO PARA A CRIATIVIDADE. MENSURAÇÃO DA CRIATIVIDADE. GESTÃO DA CRIATIVIDADE. ESTÍMULOS E BARREIRAS. CRIATIVIDADE E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL. ESTUDOS DE CASOS. CONCEITUANDO INOVAÇÃO. O PROCESSO DE INOVAÇÃO. FERRAMENTAS DE APOIO. MODELOS GENÉRICOS. MENSURAÇÃO DA INOVAÇÃO. ESTUDO DE CASO.

## **9 - METODOLOGIA DA PESQUISA E MONOGRAFIA**

MÉTODOS DE ESTUDO: FICHAMENTO, RESENHA, ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO CIENTÍFICO. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA. PROJETO DE PESQUISA. MONOGRAFIA. ELEMENTOS METODOLÓGICOS DA MONOGRAFIA. UNIFORMIZAÇÃO REDACIONAL. DISCIPLINA DESENVOLVIDA NA SECRETARIA VIRTUAL.

## **10 - ORATÓRIA E TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO PESSOAL**

UMA BREVE HISTÓRIA SOBRE A ORATÓRIA: PERSPECTIVA HISTÓRICA DA RETÓRICA; A IMPORTÂNCIA DA ORATÓRIA NA VIDA PROFISSIONAL; ROTEIRO - O PRIMEIRO PASSO PARA UMA BOA APRESENTAÇÃO; REDIGINDO UM ROTEIRO - A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO; ESTRATÉGIAS PARA ELEVAR A ATENÇÃO DA AUDIÊNCIA; AS PARTES DE UMA APRESENTAÇÃO; DEZ PONTOS A FAVOR DO SEU ROTEIRO; O ORADOR: TÉCNICAS DA COMUNICAÇÃO ORAL; USO DAS MÃOS; VOZ E ENTONAÇÃO; POSICIONAMENTO E CONTATO VISUAL; RESPIRAÇÃO; ABERTURA E FECHAMENTO; GERENCIANDO O TEMPO; LIDANDO COM A SESSÃO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS; RECURSOS AUDIOVISUAIS: O QUE PODE SER USADO?; INTERAÇÃO ORADOR E RECURSOS AUDIOVISUAIS - SINCRONIA E ASSINCRONIA; IDENTIDADE E COERÊNCIA VISUAL; DADOS, GRÁFICOS E TABELAS; SLIDES CORINGAS;

## **11 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA/EMPRESARIAL**

A LINGUAGEM ESCRITA NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA DAS EMPRESAS. A IMAGEM DA ORGANIZAÇÃO E SEUS DIVERSOS PÚBLICOS. ANÁLISE DOS NOVOS RUMOS DA LINGUAGEM EMPRESARIAL E PUBLICITÁRIA NO CENÁRIO DAS EMPRESAS: DIFERENCIAL DE COMPETITIVIDADE NO MERCADO ATUAL. ORIENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DE TEXTOS EMPRESARIAIS E PUBLICITÁRIOS: POSSIBILIDADE DE AMPLIAÇÃO DA COMPETÊNCIA LINGÜÍSTICA. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.