UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2025**
Tp. Período	**Segundo semestre**
Curso	**ADMINISTRAÇÃO (010)**
Disciplina	**1109387 - COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DIGITAL**
Turma	**ADM**
Local	**SANTA CRUZ**

Carga Horária: **34**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Comunicação Digital. A sociedade em rede. Comunicação Organizacional. Relações Públicas. Comunicação unidirecional e bidirecional. Comunicação e reputação corporativa. Estratégias de Comunicação. Publicações Organizacionais. Retorno e mensuração. Ferramentas e plataformas de comunicação. Tópicos emergentes em Comunicação Corporativa Digital.

I. Objetivos

Compreender a importância da comunicação organizacional no contexto institucional corporativo, bem como nas informações que fluem dentro das organizações e fora do seu ambiente.
Estimular reflexões quanto aos fatores que vêm transformando a comunicação corporativa em um diferencial competitivo e estratégico.

II. Programa

1.Comunicação Organizacional
1.1 Contextualização da Sociedade em rede
1.1 Tipos de Comunicação
1.2 Canais de comunicação
2. Estratégias de Comunicação
2.1 Publicações organizacionais
2.2 Ferramentas e plataformas de comunicação
2.3 Comunicação digital
3. Relações públicas
3.1 A comunicação institucional
3.2 A Comunicação integrada
3.3 Comunicação e Reputação Organizacional
4. Tópicos emergentes em Comunicação Corporativa Digital
4.1 Storytelling
4.2 Inteligência artificial e Comunicação

III. Metodologia de Ensino

Aulas assíncronas;
Trabalhos individuais e em grupos (no moodle)
Estudos de casos
Atividades no Moodle

IV. Formas de Avaliação

Prova on line (MOODLE);
Atividades no MOODLE;
Resumos, fichamentos e resenhas (MOODLE).
Participação nos forúns (MOODLE).

V. Bibliografia

Básica

CECATO, Maristela Mafei, V. Comunicação Corporativa: Gestão, imagem e posicionamento. São Paulo: Editora Contexto, 2011. E-book. ISBN 9788572446488. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788572446488/. Acesso em: 26 ago. 2024.
FORNI, João J. Gestão de Crises e Comunicação. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597022971. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022971/. Acesso em: 26 ago. 2024.
LERY, Fernanda; SANTOS, Karla Natário dos; SILVA, Roberta M. Dias da; et al. Fundamentos e práticas em relações públicas. Porto Alegre: Grupo A, 2019. E-book. ISBN 9788595029156. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029156/. Acesso em: 26 ago. 2024
LIMA, Aline P. Lins de; LERY, Fernanda; MORESCO, Marcielly C.; et al. Planejamento estratégico em relações públicas. Porto Alegre: Grupo A, 2020. E-book. ISBN 9786581492410. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786581492410/. Acesso em: 26 ago. 2024.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2025**
Tp. Período	**Segundo semestre**
Curso	**ADMINISTRAÇÃO (010)**
Disciplina	**1109387 - COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DIGITAL**
Carga Horária:	**34**
Turma	**ADM**
Local	**SANTA CRUZ**

PLANO DE ENSINO

NETO, Belmiro Ribeiro da S. Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2010. E-book. ISBN 9788502109353. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109353/. Acesso em: 26 ago. 2024.

Complementar

BALDISSERA, R. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. ORGANICOM. Revista Brasileira de Comunicação organizacional e Relações Públicas. Ano 6. Edição especial. Números 10 e 11, 2009.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. Revista Administração Pública [online]. 2006, vol.40, n.6, pp. 1123- 1144.

CENI, Jéssica Cristina; RESE, Natália. Conto de fadas da lama: Uma discussão sobre tipologia de storytelling. Cadernos de Linguagem e Sociedade, v. 20, n. 2, p. 74-92, 2019.

APROVAÇÃO

Inspetoria:	DEADM/G
Tp. Documento:	Ata Departamental
Documento:	01/2025
Data:	08/03/2025