

Ano	2024
Tp. Período	Segundo semestre
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010-P)
Modalidade	A distancia
Disciplina	5443 - COMUNICACAO CORPORATIVA DIGITAL
Turma	ADN/P

Carga Horária: 34

C. Horár. EAD: 0

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

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.

II. Programa

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.

III. Metodologia de Ensino

Na disciplina serão utilizados os seguintes recursos de apresentação e discussão de conteúdos:

- Aulas expositivas e videoaulas;
- Dinâmicas de concepção de conteúdo e fixação de aprendizado;
- Filmes e documentários;
- Discussão e realização de exercícios de integração teoria-prática individuais e/ou pequenos grupos de forma remota;
- Elaboração e apresentação de trabalhos versando sobre temáticas pertinentes à disciplina

Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

I. Conteúdos que serão abordados a distância

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.

II. Metodologia de trabalho

As aulas serão expositivas e com conteúdos semanais para fixação, podendo ser utilizado juntamente desse processo alguma ferramenta de avaliação e validação no Moodle ou de forma externa. Serão validadas as ferramentas e atividades que seguirem o direcionamento dado em cada enunciado, contribuindo com as discussões e andamento da disciplina.

III. Tecnologias utilizadas

Moodle, Loom, Google Meet, Anchor, Spotify, IAs direcionadas ao ensino e aprendizado colaborativo, ferramentas novas que possam agregar virtualmente o processo de ensino-aprendizado.

IV. Cronograma de tutoria presencial

Possibilidade de dúvidas e direcionamentos presenciais conforme estabelecido no PA ou AA destinado no cronograma semanal do professor, conforme aprovado em PIAD vigente.

V. Critérios de avaliação

As atividades semanais contemplarão cerca de 40 por cento da nota bimestral, sendo replicada em 02 semestres. Além disso, será realizado ao final de cada bimestre uma avaliação com o peso de 60 por cento da nota bimestral. Em caso de eventos ou atividades extensionistas e que abranjam a discussão e propagação do conhecimento, poderá ser realizado apenas uma avaliação semestral (com o peso de 60), bem como as atividades semanais sendo convalidadas com peso de 40 por cento da nota semestral.

VI. Cronogramas de avaliação

Atividades semanais e avaliações de final de bimestre.

IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão realizadas de forma online, tendo o detalhamento de notas ao final do semestre / bimestre ou de acordo com a necessidade específica da turma

V. Bibliografia

Básica

TORQUATO, G. Comunicação nas Organizações: Empresas Privadas, Instituições e Setor Público. São Paulo: Summus, 2015.
PIMENTEL, C. J. L. Comunicação Digital. São Paulo: Brasport, 2007.
MACHADO NETO, M. M. Manual de Compliance para a Comunicação Corporativa. São Paulo: Iventura, 2022.
SCOTT, D. M. Marketing e Comunicação na Era Digital: Fale Diretamente Com O Cliente! 1 ed. São Paulo: Évora, 2015.

Complementar

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 009

Data: 11/09/2024