



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

<b>Ano</b>	2026
<b>Tp. Período</b>	Primeiro semestre
<b>Curso</b>	ADMINISTRAÇÃO (010/I)
<b>Modalidade</b>	A distancia
<b>Disciplina</b>	1109856 - GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL
<b>Turma</b>	ADN-I

<b>Carga Horária:</b>	34
<b>C. Horár. EAD:</b>	34
<b>C. Horár. Ext.:</b>	0

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Histórico e Conceitos de Comunicação Digital. Interface entre comunicação e tecnologias digitais em suas dimensões sociais, econômicas, culturais, ambientais e políticas. Reflexos da comunicação digital nos negócios. Estratégias de Comunicação Digital.

### I. Objetivos

Compreender os fundamentos e a evolução da comunicação digital e sua interface com as tecnologias da informação, analisando seus impactos na sociedade, nas organizações e nos negócios. Desenvolver a capacidade crítica para analisar estratégias de comunicação digital e sua aplicação em ambientes organizacionais, considerando as dimensões sociais, econômicas, culturais, ambientais e políticas que caracterizam o ambiente digital contemporâneo.

### II. Programa

- 2.1 HISTÓRICO E CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
  - 2.1.1 Evolução da comunicação: da mídia tradicional ao ambiente digital
  - 2.1.2 Conceitos fundamentais de comunicação digital
  - 2.1.3 Linguagens das mídias digitais
  - 2.1.4 Características da comunicação digital (multimodalidade, interatividade, hipertextualidade e não linearidade)
- 2.2 COMUNICAÇÃO DIGITAL E TECNOLOGIAS
  - 2.2.1 Transformações tecnológicas e sociedade em rede
  - 2.2.2 Plataformas digitais e ecossistemas de comunicação
  - 2.2.3 Cultura digital e produção de conteúdo
  - 2.2.4 Dimensões sociais, econômicas, culturais, ambientais e políticas da comunicação digital
- 2.3 COMUNICAÇÃO DIGITAL NAS ORGANIZAÇÕES E NOS NEGÓCIOS
  - 2.3.1 Comunicação digital corporativa
  - 2.3.2 Reputação digital e gestão da imagem organizacional
  - 2.3.3 Comunicação digital no relacionamento com clientes e stakeholders
  - 2.3.4 Impactos da comunicação digital nos modelos de negócios
- 2.4 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
  - 2.4.1 Planejamento estratégico de comunicação digital
  - 2.4.2 Conteúdo digital e engajamento de públicos
  - 2.4.3 Comunicação digital em redes sociais
  - 2.4.4 Métricas e avaliação de resultados na comunicação digital

### III. Metodologia de Ensino

A disciplina será desenvolvida integralmente na modalidade Educação a Distância (EAD) por meio da plataforma institucional de aprendizagem.

Serão utilizadas as seguintes estratégias pedagógicas:

- Aulas expositivas gravadas e disponibilizadas no ambiente virtual de aprendizagem;
- Leituras orientadas de textos e materiais digitais;
- Análise de reportagens e casos práticos relacionados à comunicação digital;
- Fóruns de discussão e atividades reflexivas;
- Exercícios de aplicação dos conceitos estudados;
- Atividades individuais de análise crítica de conteúdos digitais.

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

### I. Conteúdos que serão abordados a distância

- 2.1 HISTÓRICO E CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
  - 2.1.1 Evolução da comunicação: da mídia tradicional ao ambiente digital
  - 2.1.2 Conceitos fundamentais de comunicação digital
  - 2.1.3 Linguagens das mídias digitais
  - 2.1.4 Características da comunicação digital (multimodalidade, interatividade, hipertextualidade e não linearidade)
- 2.2 COMUNICAÇÃO DIGITAL E TECNOLOGIAS
  - 2.2.1 Transformações tecnológicas e sociedade em rede
  - 2.2.2 Plataformas digitais e ecossistemas de comunicação
  - 2.2.3 Cultura digital e produção de conteúdo
  - 2.2.4 Dimensões sociais, econômicas, culturais, ambientais e políticas da comunicação digital

## 2.3 COMUNICAÇÃO DIGITAL NAS ORGANIZAÇÕES E NOS NEGÓCIOS

- 2.3.1 Comunicação digital corporativa
  - 2.3.2 Reputação digital e gestão da imagem organizacional
  - 2.3.3 Comunicação digital no relacionamento com clientes e stakeholders
  - 2.3.4 Impactos da comunicação digital nos modelos de negócios
  - 2.4 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
  - 2.4.1 Planejamento estratégico de comunicação digital
  - 2.4.2 Conteúdo digital e engajamento de públicos
  - 2.4.3 Comunicação digital em redes sociais
  - 2.4.4 Métricas e avaliação de resultados na comunicação digital
- 

## II. Metodologia de trabalho

---

A disciplina será desenvolvida integralmente na modalidade Educação a Distância (EAD) por meio da plataforma institucional de aprendizagem.

Serão utilizadas as seguintes estratégias pedagógicas:

- Aulas expositivas gravadas e disponibilizadas no ambiente virtual de aprendizagem;
  - Leituras orientadas de textos e materiais digitais;
  - Análise de reportagens e casos práticos relacionados à comunicação digital;
  - Fóruns de discussão e atividades reflexivas;
  - Exercícios de aplicação dos conceitos estudados;
  - Atividades individuais de análise crítica de conteúdos digitais.
- 

## III. Tecnologias utilizadas

---

A disciplina será desenvolvida com o apoio de tecnologias digitais que possibilitam a mediação do processo de ensino-aprendizagem na modalidade a distância, destacando-se:

Moodle (Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA): utilizado como plataforma principal para disponibilização de conteúdos, atividades, fóruns de discussão, avaliações e acompanhamento do desempenho dos estudantes;

YouTube: utilizado para hospedagem e acesso a videoaulas, conteúdos complementares e materiais audiovisuais relacionados à disciplina;

Ferramentas de comunicação assíncrona: como fóruns e mensagens no AVA, para interação entre professor e estudantes;

Documentos digitais e apresentações: disponibilizados em formatos como PDF e slides, visando apoiar o estudo autônomo;

Recursos multimídia: incluindo vídeos, infográficos e estudos de caso digitais, com o objetivo de enriquecer a compreensão dos conteúdos abordados.

O uso dessas tecnologias visa promover maior flexibilidade, interatividade e autonomia no processo de aprendizagem, alinhando-se às características da educação a distância.

---

## IV. Cronograma de tutoria presencial

---

Dia da semana: Sextas-feiras

Horário: 18h50 às 19h40

Modalidade: Online (via AVA / plataforma institucional)

CRONOGRAMA – 1º SEMESTRE

Março:

06/03

13/03

20/03

27/03

Abril:

03/04

10/04

17/04

24/04

Maio:

01/05

08/05

15/05

22/05

29/05

Junho:

05/06

12/06

19/06

26/06

Julho:

03/07

10/07

---

## V. Critérios de avaliação

---

O processo avaliativo será composto por atividades realizadas no ambiente virtual de aprendizagem e por avaliações formais.

Serão considerados:

- Atividades semanais online relacionadas aos conteúdos estudados;
- Análise de conteúdos digitais e estudos de caso;
- Provas presenciais, conforme regulamentação institucional.

A avaliação levará em consideração:

- compreensão dos conceitos da disciplina;
- capacidade de análise crítica;
- participação nas atividades propostas;
- cumprimento dos prazos estabelecidos.

A utilização indevida de textos ou conteúdos de terceiros sem a devida referência será considerada plágio, implicando na atribuição de nota zero à atividade.

A recuperação de conteúdos será realizada por meio de atividades complementares relacionadas aos temas abordados nas avaliações, visando a revisão e aprofundamento dos conteúdos que apresentaram maior dificuldade de compreensão.

---

---

## VI. Cronogramas de avaliação

Prova 1 – 30/05/2026

Avaliação teórica com questões objetivas e dissertativas abordando os conteúdos iniciais da disciplina, incluindo conceitos, fundamentos e aplicações da comunicação digital.

Prova 2 – 04/07/2026

Avaliação teórica e aplicada contemplando conteúdos avançados da disciplina, com foco em estratégias de comunicação digital, análise crítica e aplicação prática em contextos organizacionais.

---

## IV. Formas de Avaliação

O processo avaliativo será composto por atividades realizadas no ambiente virtual de aprendizagem e por avaliações formais.

Serão considerados:

- Atividades semanais online relacionadas aos conteúdos estudados;
- Análise de conteúdos digitais e estudos de caso;
- Provas presenciais, conforme regulamentação institucional.

A avaliação levará em consideração:

- compreensão dos conceitos da disciplina;
- capacidade de análise crítica;
- participação nas atividades propostas;
- cumprimento dos prazos estabelecidos.

A utilização indevida de textos ou conteúdos de terceiros sem a devida referência será considerada plágio, implicando na atribuição de nota zero à atividade.

A recuperação de conteúdos será realizada por meio de atividades complementares relacionadas aos temas abordados nas avaliações, visando a revisão e aprofundamento dos conteúdos que apresentaram maior dificuldade de compreensão.

---

## V. Bibliografia

### Básica

CORDEIRO, Rafaela Q. F. et al. Teorias da comunicação. Porto Alegre: SAGAH, 2017. E-book. Disponível em:

<https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595022379/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

FERRARI, Pollyana. Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2007. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788572445238/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica: planejamento. 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2024. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555583069/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

### Complementar

BRAGA, Denise Bértoli (org.). Tecnologias digitais da informação e comunicação e participação social: possibilidades e contradições. São Paulo: Cortez, 2015.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial e gestão de marcas. Barueri: Manole, 2018. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520455708/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022971/>. Acesso em: 22 mar. 2026.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

PATERNOSTRO, Vera Íris. Aristóteles no mundo digital: a comunicação no século XXI. São Paulo: Almedina Brasil, 2025. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786583400239/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

---

## APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DEADM/I

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 367

**Data:** 08/04/2026