



Objetivo Geral:

Ampliar a visão estratégica da comunicação organizacional diante das demandas contemporâneas. O curso busca especializar profissionais que atuem em gestão de crise, análise de cenários, inovação, criatividade, diversidade, entre outras áreas da Comunicação Estratégica. Também proporciona conhecimentos e ferramentas da comunicação digital e organizacional.

Objetivos Específicos:

Facilitar a compreensão dos aspectos da comunicação corporativa;

Desenvolver uma visão estratégica sobre o negócio e os processos efetivos de comunicação com os diversos públicos das organizações;

Planejar de forma integradora os processos de comunicação digital e empreendedora, no que tangem os ambientes interno e externo das organizações;

Possibilitar o pensamento estratégico para as mídias e para a distribuição de processos.

Público-Alvo:

Profissionais da área da Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing, Design, Relações Públicas, empreendedores e demais profissionais de setores envolvidos nos processos de comunicação internos ou externos de empresas, entidades ou do setor público.



Matriz Curricular:

Track Comum (36h)	Comunicação Corporativa (108h)	Track Branding (96h)	Track Marketing Digital (108h)
Cibercultura e Novas Mídias (12h)	Estratégias de Comunicação Interna (24h)	Branding, Propósito e Impacto (24h)	Comportamento do Consumidor on-Line (24h)
Seminário de integração dos projetos (24h)	Comunicação e mediação de crises (24h)	Estratégias e Diferenciação de Marca (24h)	Search Engine Marketing e Optimization (24h)
	Narrativas Criativas em Comunicação (24h)	Posicionamento de Marcas (24h)	Liderança e Cultura Digital (12h)
	Gestão de Eventos Empresariais (12h)	Psicologia de Marcas (12h)	CRM, BI & Analytics (12h)
	Transmídia e Crossmídia (12h)	Marcas e Diversidade (12h)	Estratégias para Redes e Mídias Sociais (24h)
	Laboratório de comunicação corporativa (12h)	Laboratório de Branding (12h)	Laboratório de Marketing Digital (12h)
Horas Totais			360h



Conteúdo programático:

A procura por profissionais especializados na área de comunicação corporativa estratégica tem sido constante. A especialização amplia cenários e possibilidades de atuação nas mais variadas áreas da comunicação. Por meio de tracks do conhecimento, é possível se capacitar em segmentos como o Digital, a comunicação nas organizações e o branding.

Possui um corpo docente capacitado e alinhado às práticas profissionais de mercado além de professores/pesquisadores de instituições reconhecidas país afora. Ambiente de aprendizagem e espaços para a criatividade e inovação são diferenciais.

O curso de Especialização em Comunicação Estratégica faz parte do programa de cursos de Especialização da UNISATC. O programa prevê o compartilhamento de disciplinas com estudantes de áreas distintas da Comunicação. A convivência com diferentes profissionais de áreas diferentes permite a construção de um networking multidisciplinar valioso entre os estudantes.

Track Comum: objetivo é introduzir os temas gerais do curso bem como concentrar as atividades interdisciplinares que concernem o escopo geral da especialização.

Track Comunicação Corporativa: objetivo é capacitar profissionais para atuar com visão estratégica da comunicação organizacional, bem como especializar profissionais que atuem em gestão de crise, análise de cenários, inovação, criatividade, diversidade, entre outras áreas da Comunicação Estratégica.

Track Branding: objetivo é capacitar profissionais a atuar no branding, na criação e gestão estratégica de marcas, tendo em vista os diferentes aspectos da marca e as diferentes interações que são constituídas entre as marcas e as pessoas.

Track Marketing Digital: objetivo desta Track é capacitar o profissional a mediar as relações nas redes e, sobretudo, entender o movimento e o comportamento dos diversos tipos de consumidores visando a elaboração de estratégias focadas em resultado.



Ementas:

Track Comum

Pílula: Cibercultura e Novas Mídias

CH: 12h

Ementa: Discussão teórica sobre conceitos de cibercultura, hipermídia e novas mídias. Evolução histórica, características e aplicações das diferentes mídias no campo do design. Multiplataformas de mídias digitais. Novas mídias e processos interativos.

Pílula: Seminário de Integração dos Projetos

CH: 24h

Ementa: A disciplina visa a estruturação, a socialização e a avaliação das soluções para problemas correlatos à área do Curso, relacionando a teoria e a prática nos projetos desenvolvidos durante todo o curso.

Track Comunicação Corporativa

Pílula: Estratégias de Comunicação Interna

CH: 24h

Ementa: As relações entre as pessoas e os setores nas organizações. A comunicação interna como espaço de diálogo e consolidação de vínculos, bem como de planejamento formal e informal de informação. A necessidade dos meios internos de comunicação. Liderança e gestão de equipes para a elaboração de projetos e estratégias para resultados organizacionais.

Pílula: Comunicação e Mediação de crises

CH: 24h

Ementa: Os modelos e formatos de gestão na comunicação em mediações de crise. Plano de contingenciamento interno e externo na comunicação. A negociação e os fatores de risco e conflito. A reputação de empresas e organizações. A prevenção estratégica nos cenários de crise.

Pílula: Narrativas Criativas em Comunicação

CH: 24hs

Ementa: Aplicação e estratégias de narrativas criativas na comunicação. Narrativa midiática como lugar de mediação, representação e produção de sentidos. Relações entre narrativa e o discurso factual. Espaço narrativo e cultura participativa.



Pílula: Gestão de Eventos Empresariais

CH: 12h

Ementa: A estratégia de comunicação e evento como recurso. Divulgação e realização de ações corporativas como fortalecimento de marca. Tendências emergentes no mercado de eventos. A elaboração de eventos internos e externos à empresa.

Pílula: Transmídia e Crossmídia

CH: 12h

Ementa: O comportamento de convergência dos meios. O uso dos conteúdos digitais integrados com outras plataformas e redes. A busca por novos públicos e audiência. Aplicação, criação e validação de histórias criativas e inspiradoras.

Pílula: Laboratório de Comunicação Corporativa

CH: 12h

Ementa: Laboratório de práticas de Comunicação Corporativa usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.

Track Marketing Digital

Pílula: Comportamento do Consumidor on-Line

CH: 24h

Ementa: Estrutura do comportamento de compra do consumidor on line. Jornada de compras. Funil de vendas. Fatores de influência do comportamento e determinantes. Influências ambientais (situacionais, sociais e culturais) e processos decisórios do consumidor on line. Aspectos psicológicos de engajamento.

Pílula: Search Engine Marketing e Optimization

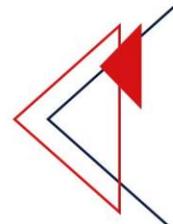
CH: 24h

Ementa: Entendendo os Buscadores. Sistemas de classificação. Técnicas de buscas avançadas. Desenvolver um plano de SEO para tráfego, branding e venda. Arquitetura de SEO e SEM para novos sites e para sites existentes. Ferramentas para SEO e SEM.

Pílula: Liderança e Cultura Digital

CH: 12h

Ementa: Liderança como elemento central da cultura da empresa. Cultura digital. Cultura organizacional na era digital. Liderança em cenários de constante mudanças e paradoxos. Liderança na era das competências e seu papel na cultura digital. Motivação como ferramenta da liderança. Liderança e sucessão.



Pílula: CRM, BI & Analytics

CH: 12h

Ementa: Sistemas de Informação Pessoais, de Grupos e Corporativos; Administração de Sistemas de Informação; Sistemas de Informação Gerenciais; Sistemas de Apoio à Decisão; Aplicações de Sistemas de Informação. Ferramentas para Web Analytics. Participação nas vendas; Margem de Contribuição; Hábitos e processos de coleta, organização, análise e monitoração de clientes.

Pílula: Estratégias para Redes e Mídias Sociais

CH: 24h

Ementa: Redes de relacionamento. Marketing de conteúdo; Fundamentos das mídias sociais; Marketing de busca, conversão e performance; Mídias sociais e nichos digitais. Ferramentas estratégicas avançadas para Mídias sociais.

Pílula: Laboratório de Marketing Digital

CH: 12h

Ementa: Laboratório de práticas de Marketing Digital usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.

Track Branding

Pílula: Branding, Propósito e Impacto

CH: 24h

Ementa: Historicidade dos conceitos de marca. Compreendendo todos os pontos de contato da marca com seus stakeholders. Construção do Brand equity para geração de impacto. Arquitetura e extensão de marcas. Desenvolvimento de vantagens competitivas. Definição de propósito.

Pílula: Estratégias e Diferenciação de Marca

CH: 24h

Ementa: Conceitos e abordagens de estratégia. Vantagem competitiva sustentável e suas métricas. As noções de atratividade e de competitividade. Estratégias de diferenciação. propósito, missão, visão e core-values. Formas de controle das estratégias.

Pílula: Posicionamento de Marcas

CH: 24h

Ementa: Posicionamento Estratégico. Técnicas e ferramentas de construção e análise de posicionamento. Táticas e estratégias de posicionamento de marcas.



Pílula: Psicologia de Marcas

CH: 12h

Ementa: Tipologia do Comportamento do Consumidor. Fases do processo de decisão de compra. Variáveis das influências psicológicas nas relações de consumo (Percepção, Atitudes, Aprendizagem, Motivação, Personalidade). Arquétipos, suas influências e variáveis.

Pílula: Marcas e Diversidade

CH: 12h

Ementa: Relações de gênero e diversidades culturais, sexuais e de raça. Marcos de diversidade cultural (gênero, sexo e raça) na produção de conteúdo de marcas. Marcas fortes e diversidade: análise interdisciplinar.

Pílula: Laboratório de Branding

CH: 12h

Ementa: Laboratório de práticas de Branding usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.



Corpo Docente:

Mateus Vilela, Dr.

(Linkedin) Doutor em Comunicação Social, pela PUCRS, com parte da formação realizada na Universidade do Minho, Portugal, o maior centro de comunicação da Europa. Mestre em Comunicação Social, pela PUCRS, e Designer gráfico, pela UFPel, universidade brasileira com o terceiro melhor curso na área. Parte da formação universitária foi realizada no Instituto politécnico de Bragança, Portugal, reconhecido como maior instituto politécnico de Portugal. É autor dos livros "Televisão, literatura e mídias sociais: sociabilidade, convergências e pós-modernidade", de 2019, e "Televisão Digital Brasileira: Um estudo sobre processos comunicativos e avanços tecnológicos", de 2013. Além disso, organizador de "Redes e convergências", de 2007, "Redes e convergências: telas, interações e conectividades", de 2018, e "Conexões digitais e convergentes: sentidos, afeto e cultura", de 2019. Soma-se ainda 17 artigos publicados em periódicos e 7 capítulos de livros.

Tatiani Longo Mazon, Me.

Tatiani Longo Mazon é graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Unisul (2001). Possui MBA em Comunicação Empresarial pela Unesc (2007) e Mestrado em Ciências da Linguagem também pela Unisul (2017). Após seis anos de atuação em publicações impressas passou a dedicar-se à comunicação corporativa, trabalhando em empresas de grande porte como Damyller (2009 a 2012) e Domínio Sistemas (2012 a 2014). Atualmente atua na área de comunicação e marketing na Nexello Sistemas.

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/tatiani-longo-770a6757/>

Kerley Winques, Dr.

Kerley Winques é doutora e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC). Pesquisadora do Núcleo de Estudos e Produção Hipermídia Aplicados ao Jornalismo (NEPHI-Jor), inserido no Grupo de Pesquisa Hipermídia e Linguagem, vinculado ao CNPq. Professora nos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Sistemas para Internet da Faculdade Ielusc, de Joinville (SC).

Tem experiência de pesquisa nos seguintes temas: jornalismo digital; produção multimídia; mediações algorítmicas; plataformas digitais; circulação, consumo e recepção; produção e circulação de sentidos.



Diego Piovesan, Dr.

Diego Piovesan Medeiros é Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Unisul), Mestre em Design (UFRGS) e Doutor em Design (UFSC). Professor e Pesquisador nos cursos de Design e Comunicação na Faculdade Satc em Criciúma/SC. Consultor Estratégico e Criativo na Metoludi atuando na construção de ferramentas criativas para inovação e gestão de marcas.

Daniel Padilha, Dr.

Consultor e estrategista de marca para startups e empresas emergentes. Especialista em conectar marcas e pessoas em projetos transdisciplinares. Idealizador do The Ugly Lab – Laboratório de Inovação e Aprendizagem. Possui especialidade em criação, estratégia, gestão de marcas e educação. Co-produz e trabalha ativamente com novas metodologias e ferramentas para facilitar a autonomia do Branding em aceleradoras e incubadoras pelo Brasil. Tem atuado no desenvolvimento de novos modelos de negócios que unem inovação, tendências e futurismo. É MBA em Branding pela Faculdade Integrada Rio Branco e bacharel em Design com ênfase em Design Digital pelo Centro Universitário Ibero-Americano.

Joanna Búrigo, Me.

Joanna Burigo é fundadora da Casa da Mãe Joanna – Comunicação e Educação Feminista sobre Gênero. Atuou no mercado de publicidade e marketing no Brasil e no Reino Unido, onde também trabalhou como professora. Cofundadora do Guerreiras Project e Gender Hub, e coordenadora pedagógica da Emancipa Mulher, vem se dedicando a projetos feministas desde que completou seu mestrado em Gênero Mídia e Cultura pela London School of Economics. Joanna também edita e organiza livros pela Editora Zouk. Seus textos podem ser encontrados em Carta Capital, The Intercept Brasil e HuffPost, entre outros.

Karina Woehl de Farias, Dra.

Doutora em Jornalismo (UFSC) e mestre em Educação (UNESC). Fez Comunicação Social (UNISUL) e especialização em Docência para o Ensino Superior. Tem experiência na área de Comunicação há mais de duas décadas, com ênfase em Jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: rádio, radioeducativo, assessoria de imprensa e educação. Atualmente é coordenadora do curso de Jornalismo da UniSATC, onde também leciona as disciplinas de Radiojornalismo I e Crítica de Mídia.



Felipe Kanarek Brunel, Me.

Mestre em design pelo PPG de Design da Universidade do Vale dos Sinos - UNISINOS, campus Porto Alegre. É graduado bacharel em Artes Visuais pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), especialista em Gestão de Design com estudo realizado sobre Design para Sustentabilidade na UFSC. Atua como professor universitário a mais de 7 anos. Atualmente é professor na Faculdade SATC nos cursos de Design e Administração. Também atua como professor no curso de Tecnologia em Design de Moda no SENAI/SC (Curso em parceria com a UNESC). Foi professor substituto no curso de Design na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em 2019. Atua ainda como consultor de design estratégico pela PROA. Além da carreira acadêmica, tem mais de 10 anos de experiência profissional em design, principalmente em design de produtos de moda, design de superfícies, direção de estilo e coordenação de equipes de design, conquistados dentro da empresa Mafferson Ltda, coordenando a marca Dopping de moda Jeanswear. Atua como produtor cultural e é um dos fundadores e articuladores do Coletivo Murro, que produziu dezenas de eventos culturais na cidade de Criciúma, mais ativamente entre os anos de 2013 e 2017. Faz parte do grupo de pesquisa Seeding Lab (UNISINOS) e tem como principais temas de pesquisa a relação entre o design estratégico, design especulativo, metadesign, ecossistemas criativos e inovação social.

Gutemberg Alves Gerales Jr, Dr.

Possui Doutorado em Ciências da Linguagem, pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL-2014); Mestrado em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL-2007); Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tiradentes (UNIT-2002). Atua na área de Marketing e Projetos Publicitários e Culturais. É professor titular da UNISATC, onde coordena o Curso de Publicidade e Propaganda. Orienta pesquisas nas áreas de literatura, artes visuais, estética e mídias. Participa do Grupo de Pesquisa: "Linguagem, Estética e processos culturais" (UNISUL); Projeto de Pesquisa: "Identidades e Migrações" (UNISUL) e do Grupo de Estudo em Comunicação e Design - GECED (UNISATC).

Fernando Webster, Esp.

Especialista em Marketing Estratégico pela FASC, Gestor de Pessoas pela UNESC. Atuou em grandes empresas da região, como Grupo RBS, NSC Comunicação, Damyller, Grupo Catarinense de Rádios e Resultados Digitais. Atualmente é Consultor de novos negócios na Clipescola, empresa focada na comunicação entre pais e escola. É sócio da Uma Firma, agência de marketing digital sediada em Florianópolis, empreendedor digital co-founder da Men-bro.



PÓS - GRADUAÇÃO EM

comunicação estratégica



Gabriela Pereira, Esp.

Experiência há mais de 15 anos no mercado de comunicação social, com ênfase em estratégias de comunicação interna e externa, planejamento e execução de eventos e exposições, negociações, direcionamento de projetos gráficos como catálogos, revistas e PDV. Atua em áreas voltadas à experiência do cliente, desenvolvimento de relacionamento com a imprensa, influenciadores e formadores de opinião. Participou da estruturação de novos sites, criações de canais e curadoria de conteúdo. Atualmente lidera equipe de comunicação e marketing da Eliane.

Marli Vitali, Me.

Mestra em Educação e graduada em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo. Especialista em Jornalismo Empreendedor. Professora integral no curso de Jornalismo da UniSATC, com ênfase nas disciplinas de Teorias do Jornalismo, Webjornalismo, Assessoria de Comunicação e Técnicas de Reportagem em Entrevista. Também atua no Portal Satc. Atuou como editora do Jornal da Manhã, de Criciúma/SC, onde foi coordenadora de redação e editora-chefe.



Informações Gerais

Início: Previsto para 17 de maio de 2021

Horário das aulas: As aulas acontecem de forma intensiva nas segundas, terças e quartas-feiras entre 18h30 e 22h30, com intervalos semanais entre diferentes disciplinas. Todo o percurso do curso pode ser realizado em 12 meses.

Política de descontos:

10% de desconto para colaboradores das empresas com Termo de Parceria.

25% de descontos para funcionários

E mais: para pagamentos antecipados até 30/04/21, você ganha um desconto de 10% no primeiro boleto.

Descontos para ex-alunos SATC:

10% de desconto para quem fez graduação na UNISATC.

15% de desconto para quem fez graduação e ensino médio e/ou técnico na SATC.

20% de desconto para quem fez graduação, ensino médio e/ou técnico e ensino fundamental.

- Os descontos não são cumulativos.

- Os descontos são aplicáveis independentemente do parcelamento escolhido.

Documentos para matrícula:

Diploma da graduação;

Histórico da graduação;

Comprovante de residência;

Carteira de identidade;

CPF.

Local das aulas:

UniSATC, Criciúma, Santa Catarina

Informações:

Rua Pascoal, R. Imigrante Meller, 73 - Bairro - Universitário, Criciúma - SC, 88805-380

Telefones: (48) 3431-7693 | (48) 3431-7688 - WhatsApp Business

E-mail: comercial@satc.edu.br