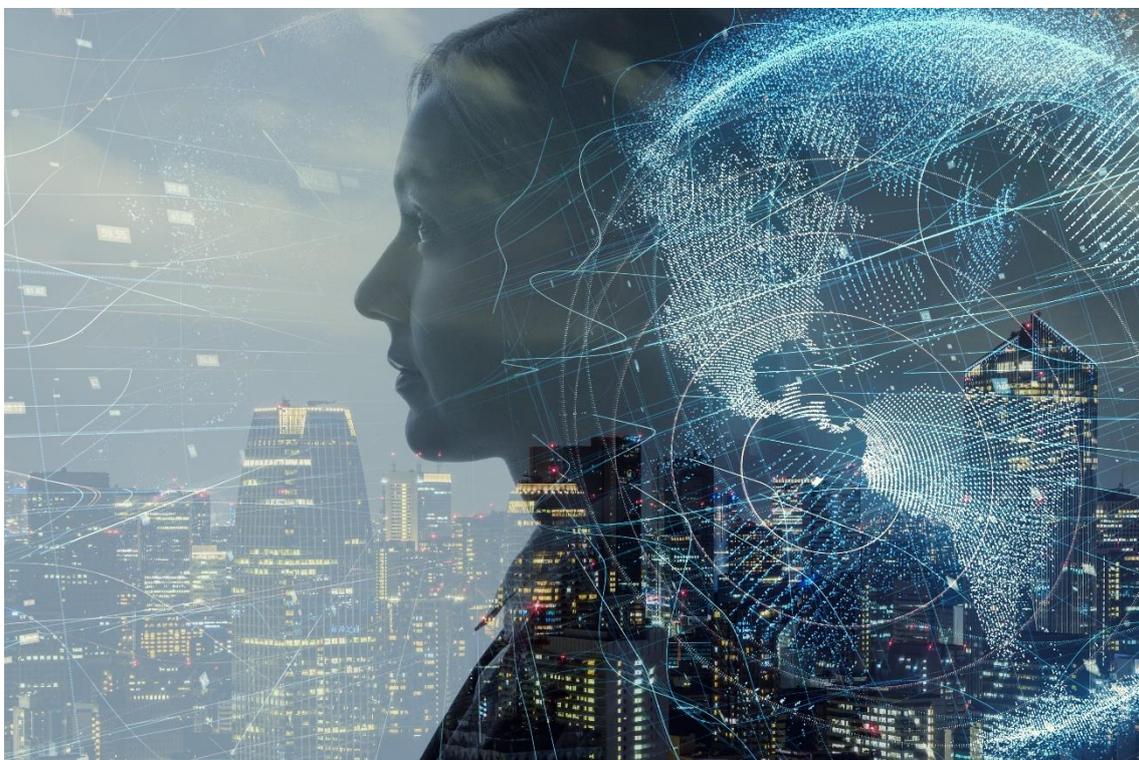


Guia dos cursos on-line de capacitação para comunicadores



2023

Sumário

Apresentação	3
Cursos já prontos e cursos sob demanda	4

Informações gerais sobre os cursos	5
O professor dos cursos	7
Informações básicas sobre os cursos	8
A construção de uma Política de Comunicação institucional	8
A auditoria de presença e imagem da organização na mídia	9
A comunicação com os públicos internos: conceitos e estratégias	10
Comunicação Organizacional: conceitos, tendências e desafios	11
Relacionamento com a imprensa: ações e estratégias	12
Estratégias de comunicação nas mídias sociais	13
Métodos e técnicas para avaliação da Comunicação Organizacional	14
Jornalismo Científico: teoria, prática e pesquisa	15
Jornalismo Especializado: conceitos e práticas	16
Comunicação, Jornalismo e meio ambiente conceitos e práticas	17
Dados gerais sobre a Comtexto Comunicação e Pesquisa	18

Apresentação

A Comtexto Comunicação e Pesquisa é uma empresa de consultoria na área de Comunicação Organizacional e Jornalismo Especializado que tem evidenciado,

em sua trajetória vínculo estreito com as áreas de educação, ciência e tecnologia, em função de suas áreas de atuação principal: o ensino e a pesquisa. Há mais de duas décadas, ela tem-se dedicado à capacitação de profissionais de comunicação e áreas afins com a oferta de cursos presenciais e on-line, palestras, eventos e, sobretudo, pela consultoria/assessoramento técnico para a construção de políticas de comunicação institucional para empresas públicas e privadas.

Neste momento, a Comtexto Comunicação e Pesquisa fortalece sua proposta de ensino a distância, com a oferta de um número significativo de cursos on-line, voltados para o desenvolvimento profissional comunicadores da área pública ou privada.

Esta publicação traz informações básicas sobre os cursos já disponíveis ou que podem ser elaborados e oferecidos sob demanda, visando atender às expectativas de capacitação das empresas, institutos, universidades e organizações de maneira geral.

Estamos à sua disposição para prestar informações adicionais e para viabilizar propostas que contribuam para a capacitação de seus comunicadores.

Wilson da Costa Bueno

Diretor

Comtexto Comunicação e Pesquisa

Cursos já prontos e cursos sob demanda

Os cursos já elaborados pela Comtexto

A Contexto Comunicação e Pesquisa dispõe de uma dezena de cursos nas áreas de Comunicação Organizacional e Jornalismo Especializado, conforme relação descrita a seguir.

- 1) A construção de uma Política de Comunicação Institucional
- 2) Auditoria de presença e imagem das organizações
- 3) Comunicação para os públicos internos: conceitos e estratégias
- 4) Comunicação Organizacional: conceitos, tendências e desafios
- 5) Relacionamento com a imprensa: ações e estratégias
- 6) Estratégias de comunicação nas redes sociais
- 7) Métodos e técnicas para avaliação da Comunicação Organizacional
- 8) Jornalismo Científico: teoria, prática e pesquisa
- 9) Jornalismo Especializado: conceitos e práticas
- 10) Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: conceitos e práticas

A possibilidade de oferta de cursos sob demanda

As empresas ou organizações interessadas em desenvolver programas de capacitação para os seus comunicadores poderão ainda definir, em conjunto com a Contexto Comunicação e Pesquisa, cursos que contemplem conteúdo programático elaborado para atender às suas demandas. Desta forma, poderão programar cursos, com a carga de 30 horas ou mais, apoiados em conteúdos já presentes nos cursos disponíveis, ou mesmo com a inclusão de tópicos ou temas adicionais.

Informações gerais sobre os cursos

Carga horária

Cada um dos cursos aqui incluídos tem, basicamente, uma duração de 30 horas, das quais 18 horas concentradas em aulas on-line ministradas pelo professor, 6

horas dedicadas a atividades (teóricas ou práticas) e outras 6 horas voltadas para o trabalho de avaliação final.

Número de alunos por turma

A proposta dos cursos prevê um total de até 20 alunos por turma, com um mínimo de 10 alunos. Excepcionalmente, as turmas poderão ter um número menor ou maior de alunos que fogem a esta proposta padrão.

A dinâmica dos cursos

Os cursos serão ministrados pelo professor a partir da plataforma on-line utilizada pelas empresas ou instituições, o que favorece a presença e o acompanhamento das atividades e mesmo a possibilidade de gravação dos conteúdos ministrados. Essa condição permite também que os participantes tenham acesso ao material do curso no caso de ausência em uma ou mais aulas. Para cada curso, é constituído um grupo privado no WhatsApp, o que permite e estimula interação do professor com os participantes e dos participantes entre si. O professor estará sempre disponível para oferecer material complementar (bibliografia, vídeos, portais) e para esclarecer dúvidas que possam surgir ao longo do curso.

A avaliação dos alunos

Os alunos deverão, obrigatoriamente, participar de 75% das aulas, realizar as atividades definidas durante o curso, e elaborar o trabalho final.

5

O certificado do curso

O certificado do curso, em formato digital, será emitido pela Comtexto Comunicação e Pesquisa e encaminhado, individualmente, aos alunos após a conclusão das aulas e a entrega do trabalho final.

Orçamento do curso

Os cursos aqui indicados têm um custo total de R\$3.500,00 (três mil e quinhentos reais), se observado um total de até 10 participantes e de R\$5.000,00 (cinco mil reais) para um total de 15 a 20 participantes.

O pagamento do curso deverá ser feito em até 5 dias após o início dos cursos contra a entrega de nota fiscal correspondente emitida pela Comtexto Comunicação e Pesquisa. Os certificados, para os participantes que completarem o curso, serão entregues após o pagamento da inscrição pela empresa ou organização.

Caso haja interesse na oferta de dois ou mais cursos, a Comtexto Comunicação e Pesquisa oferecerá descontos progressivos: 10% para um segundo curso e 20% para três cursos ou mais.

Importante: As empresas ou organizações interessadas nos cursos poderão completar a turma com comunicadores externos a ela, bastando que os interessados confirmem a inscrição diretamente com a Comtexto Comunicação e Pesquisa e paguem, antecipadamente a taxa de inscrição, estipulada em R\$350,00 (trezentos e cinquenta reais) para a inscrição individual no curso.

O responsável pelos cursos on-line de capacitação para comunicadores é o jornalista Wilson da Costa Bueno, professor sênior da Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo, e diretor da Comtexto Comunicação e Pesquisa.

Wilson da Costa Bueno tem mestrado e doutorado em Comunicação pela USP, orientou mais de 120 dissertações e teses em Comunicação/Jornalismo e coordenou o processo de construção de Política de Comunicação Institucional para mais de uma dezena de empresas e instituições, incluindo universidades públicas, institutos federais, empresas públicas e privadas. Já publicou e organizou mais de duas dezenas de livros e e-books na área, bem como cerca de uma centena de capítulos em livros e artigos em revistas acadêmicas do Brasil e do exterior. Ele lidera o grupo de pesquisa JORCOM – O Jornalismo na Comunicação Organizacional, cadastrado no Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq e edita a newsletter *Pensando a Comunicação fora da caixa*.

Informações básicas sobre os cursos disponíveis

A construção de uma Política de Comunicação Institucional

Conteúdo programático

Política de Comunicação: conceitos e objetivos.

As diferentes modalidades de Política de Comunicação.

A criação de uma cultura de comunicação nas organizações.

Os pré-requisitos para a construção de uma Política de Comunicação.

A dinâmica de construção da Política de Comunicação.

As vantagens da utilização de uma consultoria externa.

O engajamento dos gestores e dos públicos internos.

Os temas relevantes de uma Política de Comunicação.

O Plano de Implementação da Política de Comunicação.

Os desafios na implementação da Política de Comunicação.

Conteúdo programático

Imagem, reputação e identidade corporativa: conceitos básicos.
A construção da imagem e da reputação.
Mídia, imagem e reputação.
Planejamento para formação e consolidação da imagem e da reputação.
Auditoria de imagem: conceitos básicos.
A imagem das organizações e de seus concorrentes na mídia.
Criando indicadores para o processo de auditoria de imagem.
A imagem das organizações nas mídias sociais.
Dicas úteis sobre aspectos importantes do projeto de auditoria de imagem.
Os equívocos comuns dos processos de Auditoria de Imagem.

Conteúdo programático

Comunicação Interna: em busca de um conceito.

A Rádio Peão é inimiga ou parceira? A importância da comunicação interpessoal.

Os canais de comunicação para os públicos internos: boletins, revistas, jornais, intranet e mídias sociais, dentre outros.

Comunicação Interna e Cultura Organizacional.

Comunicação Interna e mídias sociais.

Os novos valores na comunicação interna: governança corporativa, sustentabilidade e compliance.

Comunicação interna e ética empresarial /Os códigos de ética/Compliance.

Comunicação Interna e Comunicação Externa: a sinergia necessária.

A auditoria de Comunicação Interna/Pesquisa em comunicação interna.

O futuro da Comunicação Interna: tendências e desafios.

Comunicação Organizacional: conceitos, tendências e desafios

Conteúdo programático

Em busca de um conceito de Comunicação Organizacional/Empresarial

A Comunicação Empresarial e o processo de gestão nas organizações:
tendências e desafios

Os públicos de interesse das organizações.

A comunicação integrada e estratégica e a articulação entre a comunicação e a cultura organizacional.

A comunicação com os públicos internos.

Tópicos especiais em Comunicação Organizacional.

Comunicação, Governança e Sustentabilidade: os pressupostos éticos.

O relacionamento das organizações com a mídia.

Ações e estratégias de Comunicação Organizacional nas mídias sociais.

Como avaliar a eficácia da Comunicação Empresarial.

Conteúdo programático

O conceito de Assessoria de Imprensa/Relacionamento com a mídia.

Um breve histórico da Assessoria de Imprensa.

A evolução do trabalho de Assessoria de Imprensa e uma visão nacional e internacional sobre a atividade.

O cenário da imprensa brasileira hoje.

:Montando uma estrutura de Assessoria de Imprensa.

O relacionamento com a mídia em momentos de crise.

O gerenciamento de crises e o relacionamento com a mídia. Imprensa e crise de imagem. A importância da prevenção.

Imprensa, mídias sociais e fake news.

Implantando uma Sala de Imprensa na Web.

Como mensurar o retorno do trabalho de Assessoria de Imprensa.

Conteúdo programático

Mídias sociais e redes sociais: conceitos, importância e informações gerais.

As mídias sociais e seus distintos sistemas de produção e recepção de mensagens.

As mídias sociais como uma nova cultura de relacionamento.

A gestão da comunicação nas mídias sociais.

Estratégias de comunicação nas mídias sociais: interagindo com os públicos internos.

Os influenciadores nas mídias sociais: eles funcionam mesmo?

Net-ativismo: atuação política e vigilância em relação às marcas.

Mídias sociais e gestão de crises.

Como monitorar a presença e a imagem das empresas e organizações nas mídias sociais: além das métricas.

As etapas do planejamento de estratégias de comunicação nas mídias sociais.

Conteúdo programático

A avaliação em comunicação como processo estratégico.

A criação de uma cultura de avaliação: muito além das métricas.

A definição de indicadores qualitativos e quantitativos.

As etapas básicas de elaboração de diagnósticos e auditorias em comunicação.

O planejamento e aplicação de instrumentos para avaliar a eficácia dos canais de relacionamento: portais, salas de imprensa, publicações periódicas.

Como captar a percepção dos públicos estratégicos em relação à comunicação institucional.

O planejamento e realização de auditorias de presença e imagem na mídia.

A implementação dos resultados de diagnósticos e auditorias nas empresas e organizações públicas.

A capacitação dos comunicadores públicas para o esforço de avaliação.

Conteúdo programático

Em busca de um conceito de Jornalismo Científico.

O Jornalismo Científico no século XXI: desafios e tendências.

Os grandes interesses em Ciência e Tecnologia.

As etapas de produção de uma matéria de Jornalismo Científico.

O espaço para a divulgação científica no Brasil.

O Jornalismo Científico na Internet e nas mídias sociais.

As fontes em Jornalismo Científico.

Jornalistas x cientistas: uma relação complicada?

As várias modalidades do Jornalismo Científico.

O mercado de trabalho em Jornalismo Científico.

Conteúdo programático

Jornalismo Especializado: refinando o conceito.

Panorama do Jornalismo Especializado no Brasil: breve histórico e perfil do mercado de trabalho.

O Jornalismo Especializado e as suas principais modalidades.

A produção e edição de uma notícia ou reportagem especializada.

O ensino e a pesquisa em Jornalismo Especializado.

A relação com as fontes no Jornalismo Especializado.

O Jornalismo Especializado na web e nas mídias sociais.

Os grandes interesses e o Jornalismo Especializado.

O Jornalismo Especializado em ciência, tecnologia e inovação (C&T&I).

O futuro do jornalismo especializado.

Conteúdo programático

Comunicação e Meio Ambiente: conceitos básicos.

O jornalismo ambiental existe?

Desenvolvimento sustentável e consumo consciente: mitos e verdades.

Biodiversidade, socio-diversidade e biopirataria.

A pauta ambiental (água, lixo, energia nuclear, mudanças climáticas).

Os alimentos transgênicos e os agrotóxicos: onde está efetivamente a verdade?

Mudanças climáticas: presente e futuro de uma tragédia anunciada.

Meio Ambiente e Saúde: as conexões necessárias.

A cobertura dos temas ambientais: a importância e a responsabilidade da mídia brasileira.

As fontes em Comunicação e Jornalismo Ambiental.

CNPJ: 52.633.104/0001-37

Site: www.comtexto.com.br

E-mail para contato: comtexto@comtexto.com.br

E-mail para contato com professor dos cursos: professor@comtexto.com.br

Fone e WhatsApp: (11) 95340-6948