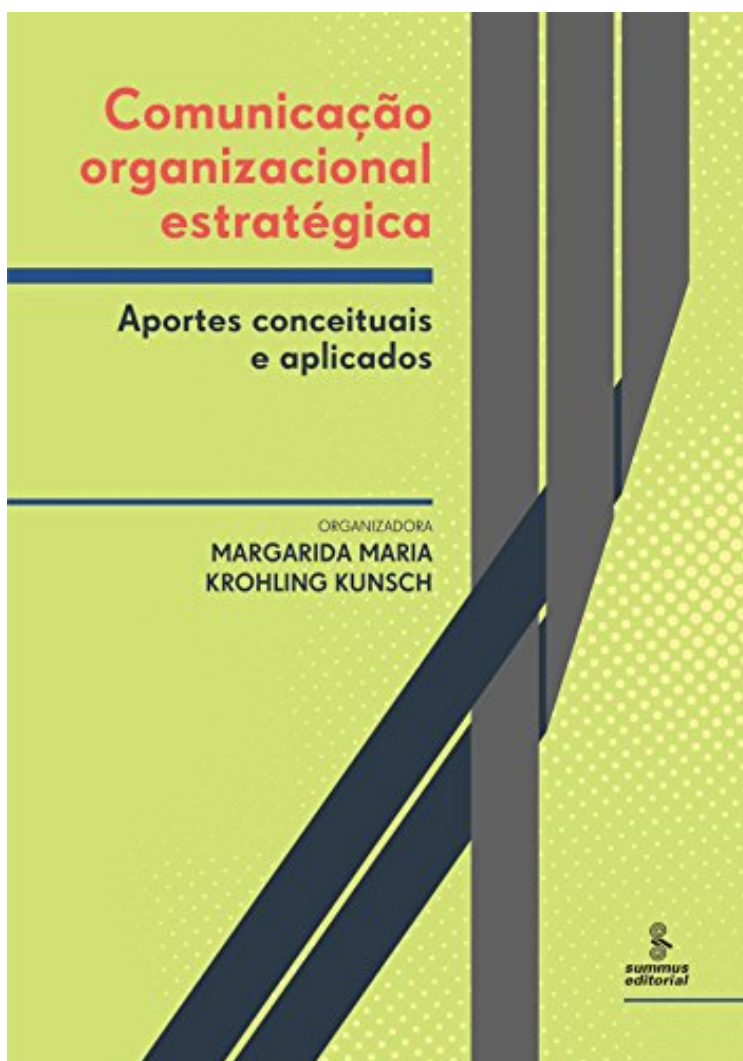


[E-BOOK] Comunicação organizacional estratégica: Aportes conceituais e aplicados (Portuguese Edition)

Comunicação organizacional estratégica: Aportes conceituais e aplicados (Portuguese Edition)

Margarida Maria Krohling Kunsch

*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

2016-03-07 2016-03-07 File Name: B01CDW5I54 | File size: 36.Mb

Margarida Maria Krohling Kunsch : Comunicação organizacional estratégica: Aportes conceituais e aplicados (Portuguese Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Comunicação organizacional estratégica: Aportes conceituais e aplicados (Portuguese Edition):

As organizações, como partes da sociedade, são diretamente afetadas por mudanças de

social, econômico e político. Em consequência disso, sua comunicação deixa de ser apenas técnica e instrumental para tornar-se estratégica. Apesar das incertezas globais, as comunicações precisam ser planejadas com base em pesquisas científicas e na análise/interpretação de dados. Nesse contexto, é preciso trabalhar com a comunicação integrada, conjugando, de forma sinérgica, a atuação de relações públicas com a comunicação institucional e a comunicação interna, assim como a atividade de marketing com a comunicação mercadológica. Nesta obra, esse tema é analisado de diferentes óticas. A primeira parte, "Comunicação organizacional no contexto da sociedade contemporânea", aborda, entre outros temas, as mudanças nas formas de democracia no Brasil e na América Latina, a comunicação digital contemporânea e a responsabilidade social na concessão de serviços públicos. Já a segunda parte, "Relações públicas: pesquisa, processos comunicativos, mídia e oralidade", traz as bases conceituais e aplicadas das técnicas e dos instrumentos de relações públicas, com vistas a uma gestão eficaz de sua comunicação com seus públicos. Análise de comportamentos, administração de conflitos, construção e manutenção da credibilidade e comunicação eficaz com os públicos estratégicos estão entre os assuntos de destaque. Por fim, a última parte, "Comunicação, mercado, avaliação e consumo", investiga as mudanças pelas quais o marketing vem passando para atender o mercado. Avaliação e mensuração de resultados, planejamento publicitário e a melhoria da comunicação com o cliente são alguns dos temas em pauta.