

Comunicação organizacional estratégica

**Aportes conceituais
e aplicados**

ORGANIZADORA
**MARGARIDA MARIA
KROHLING KUNSCH**

Resumo de Comunicação Organizacional Estratégica

As organizações, como partes da sociedade, são diretamente afetadas por mudanças de cunho 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 ações de comunicação 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, mídias 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 melhora da comunicação com o cliente são alguns dos temas em pauta.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)