

Estratégias de Imagem, Reputação e Gestão de Crise

O curso de Pós-Graduação em "Estratégias de Imagem, Reputação e Gestão de Crise" tem como objetivo capacitar profissionais a desenvolver e implementar estratégias avançadas para a construção e preservação de imagem e reputação, aplicáveis tanto a marcas pessoais quanto corporativas. Com foco em técnicas inovadoras de branding e gestão de crise, o curso integra o uso de tecnologias emergentes, como Big Data, neuromarketing e Inteligência Artificial, para enfrentar os desafios de um cenário de comunicação cada vez mais dinâmico e digital. Os alunos serão preparados para liderar iniciativas estratégicas, construir imagens autênticas e gerenciar reputações em ambientes complexos e de alta visibilidade, respondendo de forma eficaz a crises e promovendo uma comunicação sólida e impactante. Público-Alvo O curso é direcionado a profissionais de marketing, comunicação, relações-públicas, consultoria de imagem, assessoria de comunicação e publicidade.

A especialização também é voltado para lideranças empresariais, influencers digitais, gestores organizacionais e figuras públicas que desejam aperfeiçoar suas habilidades em gestão de imagem e reputação, estratégias de branding, neuromarketing e enfrentamento de crises.

É uma solução ideal para quem busca uma formação prática e estratégica, focada em consolidar imagens e gerenciar crises em ambientes complexos e desafiadores.

Campus:

Curitiba

Periodicidade:

Quinzenal

Modalidade:

EAD

Mensalidade:

R\$ 754.00

Formato:

Aula Online ao Vivo

Inscricao:

[Clique aqui](#)

Duracao:

17 meses

Disciplinas

C.H. de Eletivas

Carga horária destinada a escolha de disciplinas de outros cursos

Ética

Analisar os problemas éticos atuais, privilegiando controvérsias relacionadas às atividades profissionais. Ao final, os alunos serão capazes de tomar decisões responsáveis e sustentáveis, de acordo com princípios éticos.

Identidade, imagem e reputação: essência e percepção

A disciplina examina os conceitos essenciais de identidade, imagem e reputação, detalhando como esses elementos moldam a percepção pública e influenciam a forma como indivíduos e organizações são vistos. Serão analisados os fatores que contribuem para a construção da identidade e da imagem, bem como as nuances da percepção por diferentes públicos e contextos. Ao final, o aluno será capaz de identificar, avaliar e interpretar a essência da identidade e a percepção da imagem e reputação.

Branding e construção de marca pessoal

A disciplina explora o conceito de marca pessoal e branding, destacando a importância de uma imagem sólida e coerente em distintos cenários. Ao final, o estudante será capaz de fortalecer estrategicamente uma marca pessoal em uma trajetória pública.

Reputação corporativa: cultura organizacional e clima

A disciplina aborda como a cultura e o clima organizacional afetam a reputação corporativa. Serão discutidos métodos para avaliar e melhorar a cultura interna e sua relação com a percepção externa da organização. Ao final, o aluno será capaz de analisar e implementar estratégias para aprimorar a reputação corporativa através da gestão da cultura e clima organizacional.

Media Training e auditoria de imagem e reputação

A disciplina prepara os profissionais para lidar com a mídia e realizar auditorias de imagem e reputação. Serão abordadas técnicas de treinamento para porta-vozes e métodos para avaliar e melhorar a imagem pública. Ao final, o aluno será capaz de realizar uma auditoria de imagem e preparar-se eficazmente para interações com a mídia.

Mediação e resolução de conflitos organizacionais

A disciplina oferece uma visão aprofundada sobre a mediação e a resolução de conflitos dentro das organizações. Serão abordadas técnicas para resolver disputas internas e proteger a imagem corporativa. Ao final, o aluno será capaz de aplicar métodos eficazes para mediação e resolução de conflitos, promovendo um ambiente organizacional harmonioso.

Influencers e comunidades de marca: conexões na construção da reputação

A disciplina explora o papel dos influencers e das comunidades de marca na construção e manutenção da reputação de indivíduos e organizações. Serão discutidas estratégias para engajar e gerenciar comunidades, além de técnicas para desenvolver e fortalecer a imagem de influenciadores. Ao final, o aluno será capaz de criar conexões estratégicas e

duradouras com influencers e comunidades de marca, potencializando a reputação e a visibilidade de marcas pessoais e corporativas.

Neuromarketing na gestão de imagem e reputação

A disciplina aplica os conceitos de neuromarketing para compreender como o cérebro reage a estímulos relacionados à marca e à reputação. Serão analisadas estratégias que utilizam insights neurocientíficos para influenciar a percepção pública e otimizar a gestão de imagem. Ao final, o aluno será capaz de aplicar técnicas de neuromarketing de forma eficaz, aprimorando a construção e manutenção de marcas pessoais e corporativas.

Lideranças femininas: gestão de imagem e reputação

A disciplina explora estratégias e técnicas para a gestão de imagem e reputação de mulheres em contextos políticos, eleitorais e profissionais. Focaliza a construção e manutenção de uma imagem pública sólida e positiva, abordando os desafios enfrentados por mulheres em posições de liderança. Ao final, o estudante será capaz de planejar e gerenciar campanhas inclusivas que promovam a participação ativa e a representatividade feminina em diferentes esferas políticas e profissionais.

Plano estratégico de gestão de crise: combate à cultura do cancelamento

A disciplina concentra-se na elaboração de planos estratégicos para gerenciar crises, com ênfase no combate à cultura do cancelamento. Serão abordadas estratégias para mitigar danos, proteger a imagem e restaurar a reputação de indivíduos e organizações. Ao final, o aluno será capaz de desenvolver e implementar um plano estratégico eficaz para enfrentar crises, promovendo uma recuperação sólida e sustentável da reputação.

Gerenciamento de crise no cenário político

A disciplina capacita o aluno a atuar em situações específicas de crise política, com foco em estratégias de comunicação e relacionamento com a imprensa. Serão abordadas técnicas para gerenciar a imagem pública em momentos de crise, criar respostas rápidas e eficazes e lidar com a mídia de forma estratégica no ambiente político. Ao final, o aluno estará preparado para assessorar figuras públicas em cenários de alta pressão política, minimizando danos à reputação.

Combate à desinformação e gestão de fake news

A disciplina explora o fenômeno da desinformação e o impacto das fake news, abordando como essas práticas afetam distintas imagens públicas e reputações. Ao final, o estudante aprenderá técnicas para identificar, combater e neutralizar notícias falsas, utilizando estratégias de comunicação que promovam a verdade e preservem a integridade das mensagens.

Big Data e inteligência artificial: tecnologias na construção da reputação

A disciplina aborda o uso de Big Data e Inteligência Artificial para monitorar e proteger a reputação de marcas e indivíduos. Serão discutidas técnicas básicas de coleta e análise de dados para prever e responder a crises de maneira estratégica. Ao final, o aluno será capaz de entender como essas tecnologias podem aprimorar a gestão de reputação.