



Carlos Alberto Saraiva da Costa

Comunicação empresarial: a construção de relacionamentos com clientes via mídias digitais

Autor: Carlos Alberto Saraiva da Costa

Orientador: Prof. Dr. Paulo Celso Silva

Linha de pesquisa: Mídias e práticas socioculturais

Resumo: A presente pesquisa visa estudar até que ponto os meios de comunicação utilizados e disponibilizados por uma empresa auxiliam e contribuem na construção e no relacionamento com clientes. Nossa pesquisa, por utilizar uma empresa concreta na cidade de Sorocaba/SP e atuante no mercado, fica impedida de citar sua razão social ou nome fantasia, em sendo assim, optamos por nomeá-la empresa Master. A pesquisa destaca os temas: comunicação empresarial, cultura organizacional, meios de comunicação (mídias), tecnologia da informação e comunicação e relacionamento com clientes, considerando-os relevantes e emergentes, enquadrando-se na linha de pesquisa Mídia e Práticas Socioculturais do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. Com embasamento teórico em Paulo Nassar, Maria Alzira Pimenta, Joseph D. Straubhaar, Margarida Maria Krohling Kunsch, Marlene Regina Marchiori, Manuel Castells, Philip Kotler entre outros, e utilizando-se do método estudo de caso, com técnicas e instrumentos de coleta de dados abrangendo a base de clientes; apresenta como as mídias disponibilizadas pela empresa são utilizadas pelos clientes internos e externos, e em especial a TV via Internet.

Palavras-Chave: Comunicação Empresarial. Cultura Organizacional. Meios de Comunicação (Mídias). Tecnologia da Informação e Comunicação. Relacionamento com Clientes.