

Comunicação e Imagem Empresarial

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências necessárias a conceberem e implementarem eficazes sistemas de comunicação e perceberem a importância da comunicação na imagem que a empresa transmite a todos os stakeholders.

Objetivos Específicos

No final do curso, os participantes saberão:

1. Perceber a importância de Comunicação e Imagem empresariais e compatibilizar os diferentes elementos da imagem visual;
2. Conceber um Plano Estratégico de Comunicação adequado aos objetivos empresariais no curto, médio e longo prazo;
3. Aplicar e utilizar os diferentes instrumentos da comunicação empresarial;
4. Relacionar as Ações de Comunicação com os diferentes objetivos do Marketing e operacionalizar as novas formas de comunicação;
5. Utilizar a Comunicação como Estratégia para modificar Comportamentos.

Destinatários

Este curso destina-se a todos os profissionais cujas funções estão diretamente ligadas às atividades de Comunicação Empresarial, nomeadamente:

1. Diretores de Comunicação e Imagem;
2. Responsáveis de Relações Públicas;
3. Assessores de Imprensa;
4. Consultores de Comunicação Empresarial;
5. Gestores de Negócio;
6. Gestores de Produto;
7. Diretores-gerais de Empresas de Serviços.

Carga Horária

18 horas

Conteúdos

1. **Sistema da comunicação**
 - O que é a Comunicação;
 - A Performance da Comunicação;
 - Os princípios de uma Comunicação Eficiente.
2. **Da estratégia de marketing à estratégia da comunicação**
 - Mix da Comunicação Empresarial;
 - A Arquitetura da Comunicação;
 - Elaboração de uma Estratégia de Comunicação;

- Plano de Comunicação;
- Briefing de Comunicação;
- Orçamento de Comunicação;
- Avaliação de uma Estratégia de Comunicação.

3. Suportes da comunicação empresarial

- Os principais instrumentos da Comunicação Empresarial Externa;
- A Importância da Comunicação Interna.

4. Comunicação e visibilidade empresarial

- A Identidade Visual e a Coerência de Registos;
- Criar Vantagens Competitivas através da Comunicação;
- A Gestão da Comunicação e a Força de Vendas;
- A Emergência de Novos Canais de Comunicação: da Internet ao Comércio Eletrónico.