

Economia Circular: Responsabilidade Corporativa

Objetivos Gerais

Este curso permite obter conhecimentos de forma a tornar a organização competitiva. Uma das formas de ganhar relevância em contexto competitivo é através da imagem corporativa, o que pouco tem a ver com publicidade vista nos moldes clássicos.

O objetivo deste curso é o de apresentar os desafios e a estratégia para uma economia empresarial circular que capacite os participantes para a promoção do valor da marca.

Objetivos Específicos

No final desta ação os formandos saberão:

- Conhecer, com detalhe, o enquadramento de contexto social, económico e ambiental dos atores económicos;
- Caracterizar e perceber os novos perfis de consumo;
- Justificar e desenvolver estratégias de marketing social.

Destinatários

Este curso destina-se aos profissionais de áreas de diretivas em geral e em particular aos profissionais ligados à área de Marketing.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

24 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I – Enquadramento: novos desafios de contexto social

- A banca e os novos desafios de sustentabilidade;
- A valorização para além do lucro;
- A Comunicação;

- A evolução dos perfis dos consumidores: os millenials.

Módulo II – Da economia linear à economia circular

- Definições;
- O porquê de uma economia circular;
- Benefícios e impactos.

Módulo III – Responsabilidade social corporativa

- Definições;
- Visão, missão valores;
- Ética;
- Partes interessadas;
- Colaboradores;
- O triangulo da sustentabilidade;
- Do GRC (governance risk e compliance) para o GRACE (governance, risk, audit, compliance e etics);
- Apresentação de casos de estudo.

Módulo IV – Marketing Social

- Definições e princípios base;
- Todo o marketing é social?;
- Enquadramento nas políticas de responsabilidade social e de sustentabilidade;
- Finalidades;
- Como implementar;
- Exemplos e comentários

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.