

EndoMarketing – O Poder do Marketing Interno

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de competências e conhecimentos sobre a importância do *Endomarketing* e da sua aplicação nas Empresas.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes serão capazes de:

- Definir os principais conceitos;
- Identificar a importância da comunicação e do ambiente organizacional;
- Escolher as ações para “vender” a imagem;
- Apresentar a estratégia escolhida;
- Planear e programar metas e indicadores de *Endomarketing*;
- Avaliar e acompanhar o projeto.

Destinatários

Este Curso destina-se a essencialmente a: Quadros Dirigentes; Chefias de Topo Intermédias e Diretas; Coordenadores de Equipa; Coordenadores de Projeto e Quadros Técnicos.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdos Programáticos

Módulo I - Definição de Conceitos Básicos e Utilização de Ferramentas

- Marketing, *Endomarketing*, e outros conceitos fundamentais;
- A utilização de ferramentas de *Endomarketing*;
- A decorrência da necessidade de motivar as pessoas.

Módulo II - A Importância da Comunicação

- A passagem da informação;
- O reconhecimento;
- O estímulo.

Módulo III - O Ambiente de Trabalho

- A cultura da empresa;
- A organização e os objetivos;
- Os valores organizacionais;
- O clima de parceria.

Módulo IV - Projetos de *Endomarketing*

- Ações escolhidas para vender a imagem
 - a funcionários;
 - a familiares.

Módulo V- O Público Interno

- A abertura da cúpula;
- Como escolhê-lo.

Módulo VI - A Comunicação Interna

- Programa de comunicação;
- Motivação e participação;
- Qualidade dos dados.

Módulo VII - O *Endomarketing* como Estratégia de Gestão

- Político;
- Estratégico;
- Tático.

Módulo VIII - O Planeamento de um Programa de *Endomarketing*

- Prioridade à comunicação;
- Início do programa;
- O processo de procura;
- A autenticidade;
- O foco na aprendizagem;
- A individualização;
- Competências de base;
- A velocidade;
- Adequação tecnológica.

Módulo IX - Ações e Instrumentos

- Materiais de Divulgação: Boletins e Jornais Murais;
- Jornais e Programações Sociais.

Módulo X - Fatores de Eficácia

Módulo XI - Avaliação e Controlo

Módulo XII - Recurso à Informática

Módulo XIII - Instrumentos Operacionais

- Aplicabilidade;
- Repercussões.