



INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATIONS
"Investing Business with Knowledge"

FAVOR CIRCULAR
PARA:
 Relações com Mercado
 Diretor de Marketing
 Relações Públicas
 Outros

Atingindo os Objetivos da Organização Através da

COM A PARTICIPAÇÃO DE:

- PETROBRAS
- BRASMOTOR
- ABERJE
- ANDRADE GUTIERREZ
- KREANTO
- ATELIER 714
- UNICAMP
- BANCO BAMERINDUS
- EUCATEX
- SHELL

COMUNICAÇÃO INTERNA

- Quantifique financeiramente os resultados das ações da Comunicação
- Conheça o papel da Internet e Intranet na Comunicação Empresarial
- Elimine os bloqueios para a comunicação eficiente top-down e horizontalizada
- Veja como o processo informativo pode estar a serviço da globalização e da competitividade

21 janeiro de 1997
Hotel Crowne Plaza - São Paulo

UTILIZANDO ESTRATÉGIAS DA

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

PARA ALAVANCAR RESULTADOS E CONSOLIDAR A IMAGEM CORPORATIVA

- Saiba como desenvolver a **marca institucional** para dar suporte às ações estratégicas
- Explore as oportunidades que o **apelo ambiental** pode oferecer à imagem institucional
- Pratique o **lobby profissional** como instrumento de defesa dos interesses da organização
- Utilize a Comunicação como ferramenta estratégica para resultados de negócios

22 janeiro de 1997
Hotel Crowne Plaza - São Paulo

- Com a participação de:
- PETROBRAS
 - PUBLICIS NORTON
 - XEROX
 - BANCO BAMERINDUS
 - PENABRANCA
 - UNIBANCO
 - MONSANTO

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES: TOLL FREE: FONE 0800 11 3883 / FAX 0800 11 4664

ATINGINDO OS OBJETIVOS DA ORGANIZAÇÃO ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO INTERNA

21 de janeiro de 1997

- 8:30** Entrega das Credenciais e Café
- 9:00** Abertura da Conferência pelo Presidente
Mário Divo Molter Júnior
Superintendente de Comunicação Institucional
PETRÓLEO BRASILEIRO S.A. - PETROBRAS
- 9:20** **Adequação da Comunicação Empresarial aos Novos Sistemas Estratégicos - A Atuação das Áreas de Comunicação nas Definições das Estratégias Empresariais**
 - O papel estratégico da Comunicação perante a empresa
 - Apoio ao Marketing de negócios
 - Estratégias de comunicação para produtos
 - Intangibilidade x Mensuração de resultados efetivos**Rodolfo Witzig Gutilla**
Assessor Corporativo de Comunicação Social
BRASMOTOR S/A
- 10:10** **Utilizando a Comunicação como Elemento Integrador na Conquista de Objetivos Comuns**
 - A parceria ideal entre Marketing + Comunicações + Relações Humanas
 - O papel pluralista do profissional de Comunicação
 - O uso do Endomarketing no fortalecimento da imagem institucional
 - A atuação de Comunicação junto ao Marketing e Recursos Humanos
 - A informação em tempo real a serviço do Marketing Institucional e do grande mercado**Paulo Nassar**
Secretário Executivo
ABERJE
- 11:00** Café
- 11:30** **O Fortalecimento das Relações Empresa-Empregado como Ferramenta de Competitividade**
 - A informação veiculada na empresa
 - Censo de oportunidade x prospecção de informações
 - Motivação à integração e ao trabalho em equipe
 - Programas internos de qualidade**José Eduardo Gonçalves**
Gerente de Comunicação Corporativa
CONSTRUTORA ANDRADE GUTIERREZ
- 12:20** Almoço

PAINEL

O Papel da Internet e Intranet na Comunicação Empresarial: O Caminho a Passos Largos para a Sociedade da Informação

- Mudança de cultura interna com o uso da Intranet
- Intranet na comunicação empresarial
- Divulgação de produtos pela Internet
- Usando a Internet para se comunicar com a imprensa

Gelson Machado Guarçoni

Consultor de Internet

KREANTO INFORMÁTICA

Fernanda Rodrigues da Cunha Leonardo

Diretora de Arte

ATELIER 714

Mauro Malin

Pesquisador do Labor

UNICAMP

15:00 **O Impacto da Cultura Empresarial no Sistema de Comunicação Interna - A Comunicação Voltada aos Objetivos da Empresa**

- Comunicação one voice
- Visão sistêmica da comunicação interna
- Programas de comunicação consistentes e auto-sustentáveis
- A comunicação empresarial sob a óptica da empresa
- Comunicação interna x base sindical atuante

Antonio Carlos Schwertner

Diretor de Recursos Humanos

BANCO BAMERINDUS DO BRASIL S/A

15:50 Café

16:20 **Eliminando os Bloqueios para a Comunicação Eficiente Top-Down e Horizontalizada**

- Assessoria de Comunicação x Conscientização do empresariado
- O processo informativo a serviço da globalização e da competitividade
- Transmissão de estímulos externos aos órgãos operacionais internos: "ação e reação"
- Uma dura realidade - situação da Comunicação nas empresas brasileiras

Laércio Caporalini

Coordenador de Comunicação e Imprensa

EUCATEX S/A INDÚSTRIA E COMÉRCIO

17:10 **Gerenciamento de Crise - Como a Administração Preventiva Pode Ajudar o Profissional de Comunicação a Encontrar Caminhos Alternativos para Solucionar Crises**

- Lidando com um mercado mais exigente
- Gerenciando questões sociais

Ciléa Gropillo

Gerente de Comunicações

SHELL BRASIL S/A

18:00 Encerramento do 1º dia da Conferência

UTILIZANDO ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

PARA ALAVANCAR RESULTADOS E CONSOLIDAR A IMAGEM CORPORATIVA

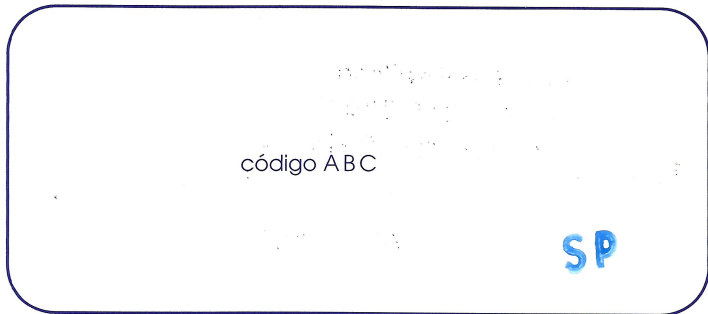
22 de janeiro de 1997

8:30	Entrega das Credenciais e Café	14:30	Estabelecendo o Trabalho Conjunto e Interdependente para a Melhoria da Relação Empresa-Comunidade <ul style="list-style-type: none">• Programas de apoio à comunidade• Devolvendo à comunidade os benefícios que ela traz à organização• Criando parcerias com os órgãos públicos locais Antenor Barros Leal Diretor de Relações com Mercado PENABRANCA ALIMENTOS S/A
9:00	Abertura da Conferência pelo Presidente Mário Divo Motter Júnior Superintendente de Comunicação Institucional PETRÓLEO BRASILEIRO S.A. - PETROBRAS	15:20	Café
9:20	Branding Corporativo - Como Desenvolver e Valorizar a Marca Institucional para Dar Suporte às Ações Estratégicas <ul style="list-style-type: none">• O valor da marca institucional• Atributos da marca corporativa• Métodos de mensuração• Como posicionar e reposicionar a marca no mercado Evandro Avelino Piccino Vice-Presidente de Planejamento e Pesquisa PUBLICIS NORTON	15:50	O Desenvolvimento de Projetos Comunitários Regionais Voltados à Preservação do Meio Ambiente e sua Contribuição para a Imagem Institucional da Organização <ul style="list-style-type: none">• A utilização de programas comunitários como ferramenta de relacionamento institucional• A importância da atuação junto aos líderes de opinião regional• Em busca de um novo conceito de empresa-cidadã• O papel do Marketing Social na sociedade atual Denise Smith Gerente de Marketing Social UNIBANCO
10:10	A Comunicação Integrada como Ferramenta Estratégica para Resultado de Negócios <ul style="list-style-type: none">• A transcendência da imagem de produto para imagem corporativa• A "humanização" da empresa alavancando a marca• Empresa & Imprensa - case Xerox - "Sem Medo de Ser Notícia" Marilene Lopes Gerente de Comunicação Corporativa e Relações com a Imprensa XEROX DO BRASIL LTDA	16:40	O Lobby como Instrumento Facilitador da Comunicação da Empresa com Governos, Políticos e Sindicatos <ul style="list-style-type: none">• Relações governamentais• Tendências de atuação do governo que impactam nos interesses da organização• Relações e negociações com entidades de classe• Articulações com a sociedade Rodrigo Lopes Almeida Gerente de Assuntos Corporativos MONSANTO DO BRASIL LTDA
11:00	Café	17:30	Encerramento da Conferência
11:30	A Utilização de Veículos de Comunicação Especializados para a Transmissão dos Valores Institucionais <ul style="list-style-type: none">• Veículos de comunicação dirigidos aos formadores de opinião• Difusão do conceito de qualidade empresarial• Aproximação das relações empresa-fornecedor• Intensificação do relacionamento empresa-cliente• O papel da Comunicação no Marketing Industrial Mário Divo Motter Júnior Superintendente de Comunicação Institucional PETRÓLEO BRASILEIRO S.A. - PETROBRAS		
12:20	Almoço		
13:40	Case Bamerindus: "Gente que Faz" <ul style="list-style-type: none">• Quem faz Gente que Faz• Quem assiste Gente que Faz• O que vende Gente que Faz• O que representa Gente que Faz na cultura brasileira Rubervaldo Furtado da Costa Diretor de Marketing BANCO BAMERINDUS DO BRASIL S/A		

O Grupo IBC é um dos líderes no ramo de fornecimento de informação a empresas. Com mais de 25 anos de experiência internacional, nossa rede de escritórios cobre, atualmente, treze países em cinco continentes. Nosso objetivo é suprir o mercado brasileiro com informação empresarial da mais alta qualidade, trazendo assim, contribuições práticas para que os executivos possam estabelecer diferenciais competitivos em suas organizações.

ATINGINDO OS OBJETIVOS DA ORGANIZAÇÃO ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO INTERNA

UTILIZANDO ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL PARA ALAVANCAR RESULTADOS E CONSOLIDAR A IMAGEM CORPORATIVA



Esta etiqueta NÃO é para uso pessoal. Contém o código para a inscrição. Pedimos por favor NÃO removê-la. (Para participantes adicionais, favor tirar cópias) Conf. MP014

A quem se destina esta conferência:

- Diretores de Relações com o Mercado
- Gerentes de Comunicação e de Assuntos Corporativos
- Gerentes de Comunicação Social
- Relações Públicas
- Gerentes de Marketing
- Gerentes de Recursos Humanos
- Profissionais de Comunicação
- Publicitários
- Assessores de Imprensa

“ Utilize a Comunicação Interna como ferramenta de competitividade ”

“Conheça a importância da Comunicação nas definições das estratégias empresariais”

“Saiba como posicionar e reposicionar sua marca no mercado”

“ Veja como os programas de apoio à comunidade podem fortalecer a imagem institucional ”

Código (Código da etiqueta lado superior direito)

Nome:

Cargo:

Superior:

Cargo:

Empresa:

Ramo de Atividade:

CGC:

Insc. Estadual:

Endereço Comercial:

CEP Cidade Estado

Telefone: Fax:

Não poderei assistir à conferência nesta ocasião, mas desejo ser informado sobre conferências futuras nos seguintes temas:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Financeiro | <input type="checkbox"/> Recursos Humanos |
| <input type="checkbox"/> Marketing | <input type="checkbox"/> Informática |
| <input type="checkbox"/> Produção | <input type="checkbox"/> Outros: _____ |

TRÊS MANEIRAS RÁPIDAS DE ASSEGURAR SUA INSCRIÇÃO

F (011) 253.3364
A Toll Free
X 0800 - 114664

 (011) 289.0888
Toll Free
0800 - 113883



Envie sua Ficha de Inscrição para:
IBC DO BRASIL LTDA
Av. Paulista, 1912 / 8º andar conj. 81
01310-200 Cerqueira César São Paulo-SP

CONDIÇÕES GERAIS DE INSCRIÇÃO

DATA
21 a 22 de janeiro de 1997

LOCAL
CROWNE PLAZA HOTEL - R. Frei Caneca, 1.360
Cep 01307-002 - Fone: (011) 253.2244

PREÇO VALOR A PAGAR
Conferência 1º dia R\$ 795,00
Conferência 2º dia R\$ 795,00
Conferência 2 dias R\$ 1.495,00

OBS.: Os valores acima não incluem 1,5% referente ao recolhimento de I.R.

Os preços incluem documentação, cafés, almoços e estacionamento.

Ligue e informe-se sobre os descontos especiais

DESCONTO: As empresas que tiverem 04 ou mais representantes inscritos na Conferência receberão um desconto especial:

Nº DE PARTICIPANTES	DESCONTO
04 a 06	+1 gratuita
07 ou mais	+2 gratuitas

CANCELAMENTOS

Se não for possível estar presente na Conferência, uma outra pessoa poderá substituí-lo sem qualquer encargo extra. Para tanto, faça uma autorização por escrito. Em caso de cancelamento, o mesmo deve ser comunicado por escrito e enviado à IBC DO BRASIL até 8 (oito) dias antes da Conferência. O reembolso será efetuado sendo cobrada uma taxa administrativa de R\$ 200,00 do preço da inscrição. Após esta data, não haverá reembolso

QUATRO FORMAS DE PAGAMENTO

- Pagar pessoalmente em nosso escritório
- Enviar cheque cruzado e nominal pelo correio:
A/C IBC DO BRASIL LTDA
Av. Paulista, 1912 / 8º andar, conj. 81 - Cerqueira Cesar
CEP 01310-200 - São Paulo-SP
- Efetuar depósito bancário para:
UNIBANCO - Banco 409
Agência: 0477
Conta Corrente nº 112.586-3
Enviar comprovante do pagamento com nome do participante, nome da empresa e conferência para nosso endereço ou fax

Cartão de Crédito:
Nº

AMEX SOLLO CREDICARD Validade ___ / ___

Assinatura: _____