

15 e 16 de julho de 1997

Caesar Park Hotel - Rio de Janeiro

Prezado Executivo,

Os intensos desafios que as organizações enfrentam para que sua marca, símbolos, conceitos, políticas e diretrizes cheguem ao conhecimento da sociedade exige, cada vez mais, o estabelecimento de um processo de comunicação adequado das empresas com os diversos públicos.

A comunicação empresarial quando orientada para resultados, ultrapassa os limites da intangibilidade, fortalece a marca corporativa e constitui-se em um importante canal de relacionamento com os formadores de opinião de interesse da organização.

ATINGINDO OS OBJETIVOS DA ORGANIZAÇÃO ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO INTERNA

15 de julho de 1997 - Rio de Janeiro

A atuação das áreas de Comunicação nas definições das estratégias empresariais e sua utilização adequada na conquista dos objetivos da organização fortalecem as relações internas, constituindo-se numa poderosa ferramenta de competitividade:

- Utilize a comunicação como **elemento integrador** na conquista dos objetivos da empresa
- Conheça o papel da **Internet** na mudança da cultura interna da organização
- Identifique métodos de **mensuração** da marca institucional

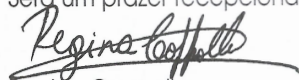
UTILIZANDO ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL PARA ALAVANCAR RESULTADOS E CONSOLIDAR A IMAGEM CORPORATIVA

16 de julho de 1997 - Rio de Janeiro

A construção e a preservação da imagem institucional através de um *branding* corporativo, tornaram-se uma extensão do produto e merecem destaque na busca pela competitividade e na conquista de novos mercados. O diálogo correto das empresas com a comunidade e com o ambiente no qual atuam, através de projetos de apoio voltados à ecologia, educação, saúde, cultura e esportes, passou de ferramenta de marketing a importante linguagem de interação com a sociedade:

- Saiba o que é e o que deve conter uma marca corporativa
- Avalie o papel da Comunicação no Marketing Industrial
- Veja como as relações comunitárias se traduzem numa excelente oportunidade para a organização

Será um prazer recepcioná-lo nos dias da Conferência.



Regina Coppolla
Gerente de Conferências

P.S.: Saiba como valorizar o branding corporativo para dar suporte às ações de Marketing! Inscreva-se nos dois dias da Conferência e receba o livro A Comunicação da Pequena Empresa.



Part of IBC Group: * London * Stockholm * Sydney * Boston * Brussels * Dubai, United Arab Emirates * Dusseldorf
* Eindhoven, The Netherlands * Hong Kong * São Paulo * Johannesburg * Vienna * Paris * Singapore