

Economia Social e Comunicação

Plataforma M





Rua Castilho 5
1250-066 Lisboa

AGENDA

- 9.30 – Boas Vindas . Introdução
Dra Paula Guimarães
- 9.45 – A Comunicação no Terceiro Setor
Luis Roberto
- 10.15 - O Comunicatorium
Quem Somos
Vera Norte
- 11.00 –INTERVALO
- 11.30 A Plataforma Comunicatorium
Luis Roberto
- 12.30 – Debate / Conclusões

INOVAÇÃO É O QUE NOS UNE

COMUNICATORIUM está no mercado com uma filosofia clara e bem definida: Inovar. É por isso que colocamos à disposição dos nossos membros uma plataforma tecnológica de diagnóstico e análise de informação corporativa, com o objetivo de servir como ferramenta de apoio ao planeamento e estratégia da comunicação.

OBJETIVO	PONTO DE PARTIDA	A RESPOSTA	A PLATAFORMA - MÓDULOS
✓ Incrementar o conhecimento e a aplicabilidade da Comunicação Organizacional, na gestão das Pessoas e do Negócio com recurso à inovação e à tecnologia.	✓ É fundamental conhecer o estado da comunicação na organização	✓ Diagnóstico do estado da comunicação da organização	
✓ Ajudar as empresas e organizações na construção duma estratégia de comunicação integrada, adaptada à realidade e à cultura organizativa, garantido as interações com os diferentes stakeholders.	✓ O envolvimento dos diferentes negócios e das áreas funcionais, é determinante para o sucesso da Comunicação	✓ Planeamento estruturado	
✓ Criar métricas e instrumentos quantificáveis, que permitam operacionalizar conceitos, avaliar ações, elaborar metas e verificar o seu cumprimento.	✓ A Comunicação é um factor determinante na construção da imagem e reputação da organização	✓ Maior envolvimento do negócio e das funções, na definição da estratégia de comunicação	
	✓ A Comunicação é uma parceira estratégica do negócio	✓ Gestão "on line" do plano de comunicação	
	✓ O planeamento estratégico de comunicação tem por base, os princípios organizacionais, a estratégia do negócio e os objetivos globais da organização	✓ Complementaridade com os planos existentes	
	✓ A chave do sucesso do cumprimento dos objetivos, resulta fortemente do grau de motivação e participação das pessoas que integram a organização	✓ Gestão de recursos	
		✓ Alinhamento entre comunicação interna e externa	
		✓ Identificação e gestão dos KPIs da comunicação	
		✓ Identificação do impacto da comunicação e do seu contributo para o negócio (ROI)	
		✓ Reputação, prestígio da imagem da organização	
		✓ Reforço institucional	
			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planeamento da Comunicação Criação do Plano de Comunicação Integrado com base nas linhas estratégicas, e definição dos KPIs. ✓ Gestão da Comunicação Gestão de recursos humanos e financeiros afetos à actividade do Plano, e medição dos resultados alcançados.

