

Comunicação e Marketing no Terceiro Setor & Ações de RSE

Como dar visibilidade a projetos sociais e de Responsabilidade Social Empresarial, RSE, além de obter a credibilidade dos financiadores e da sociedade.

Local

Faculdade INAP

Endereço: Carandaí 507, Funcionários BH/MG

Facilitadora

Chana Vasco (Relações Públicas, com pós graduação em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, possui dez anos de experiência de mercado, com ênfase no terceiro setor. Por seis anos foi gerente de comunicação da Associação Divina Providência, uma das maiores organizações filantrópicas do país. Atualmente, é diretora da Alertse Captação de Recursos, Comunicação e Marketing, agência de comunicação focada no terceiro setor e pequenas e médias empresas).

Objetivo

Promover a compreensão sobre técnicas e práticas de comunicação e marketing aplicadas a ações de responsabilidade social empresarial e em organizações do terceiro setor para promoção de visibilidade e da credibilidade frente aos financiadores e à sociedade como um todo.

Metodologia

Aulas expositivas da teoria, apresentação de cases e laboratório de projeto de comunicação. Serão utilizados recursos audiovisuais, dinâmicas e exercícios. Além disso, os alunos terão acesso a ferramentas de interação virtual para reforço do aprendizado.

Ao final do curso, os participantes vão apresentar um plano de comunicação e marketing, utilizando as técnicas de planejamento, voltados para o terceiro setor e RSE, aprendidos em sala de aula.

Público-alvo

- Gestores, presidentes, diretores, gerentes, supervisores e voluntários de organizações sem fins lucrativos, de empresas e interessados em RSE.
- Profissionais, professores, alunos e interessados nas áreas de comunicação em suas diversas habilitações (Relações Públicas, Jornalismo, Publicidade)

Investimento: R\$ 250,00

Desconto especial!(*)

R\$100 – para registrados no Conrerp 3ª Região e alunos da UNA

Observação: A realização do curso está condicionada à formação de turma, sujeita a um número mínimo de participantes.

Inclui no curso:

Curso de 40 horas, material de apoio (apostila e CD- Rom), certificado.

Local ou contato para inscrições: INAP – Carandaí 448, Funcionários BH/MG

Programação

1. Aspectos teóricos

- O que é comunicação? (áreas de atuação e habilitações) ;
- O que é o marketing? (para que serve, os 4 Ps, como agregar valor ao projeto social) ;
- O que é terceiro setor? (história, aspectos legais, dados sobre o setor, harmonização de conceitos, ameaças e oportunidades).

2. Especificidades da comunicação e do marketing no terceiro setor

- Identidade, Imagem, Reputação;
- O papel da comunicação para mobilização e captações;
- Parcerias e relação de “ganha-ganha”;
- O entendimento e valorização da comunicação;
- “Equipe” de comunicação e atribuições diversas;
- O perfil do profissional de Comunicação e marketing a partir das demandas do setor e conceitos apresentados.

3. Dimensão prática

- Por onde começar (o planejamento de comunicação, "stakeholders");
- Público interno, como se comunicar com ele? ;
- Conquistando apoios e parcerias (internos e externos) ;
- Gerenciamento de projetos;
- Elaboração do plano de comunicação (laboratório).

4. Ferramentas de divulgação do terceiro setor

- Antes de tudo, alinhamento da mensagem e identidade visual;
- Como definir e implementar canais e conteúdos para o relacionamento com os públicos da Entidade (Qual o veículo mais competente?) ;
- Prestação de contas (formatos e modelos).
- Internet (abrangência, como utilizar ao máximo, o que é RSS?, web 2.0, principais cuidados a serem tomados).
- Rádio e TV (busca por parcerias, disposições legais, custos e formas de distribuição)
- Mídia impressa (jornais, folders, boletins, revistas etc)
- Eventos como forma de divulgação (planejamento, tipos e objetivos, parcerias, mostras de trabalho e prestação de contas, transparência)
- Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia (como transformar a imprensa em parceira?, como se relacionar com a mídia em situações de crise?, relação custo X benefício)

- Criatividade para comunicar
- Fotografia e vídeo
- Memória Institucional

5. Principais cuidados a serem tomados

- Reputação
- Profissionalismo
- Parcerias devem ser de ganha-ganha

6. Encerramento

- Apresentação dos planos de comunicação
- Feira de sustentabilidade