

DIREÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Conceção e Design Gráfico Galvão Meirinhos | ISBN 978-989-98326-4-0
EDIÇÕES GALVÃO MEIRINHOS 2013

ÁREAS DE INTERVENÇÃO AÇÕES A EMPREENDER EM CADA ÁREA

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Organizar os atos públicos e gerir a participação da organização em seminários, feiras, conferências, encontros e eventos.
Elaborar e supervisionar o manual interno de protocolo.
Coordenar a realização de visitas à organização.
Prestar apoio em matéria de protocolo às iniciativas internas.
Organizar e controlar os eventos das efemérides da organização.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Gerir as relações oficiais e quotidianas com os meios de comunicação social.
Identificar as necessidades dos órgãos de comunicação social.
Elaborar as mensagens adequadas à estratégia de comunicação da organização.
Elaborar o planeamento de meios e audiências.
Formar os porta-vozes da organização.
Gerir o arquivo documental dos planos e das campanhas de comunicação passadas.
Conhecer os meios de comunicação e a atualidade informativa.

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

Planear, impulsionar e coordenar as ações de responsabilidade social.
Planear e supervisionar a implementação do código de conduta da organização.
Representar a organização nos foros e plataformas que promovam a relação entre a organização e o seu ambiente social.
Executar com coerência as diretrizes corporativas, a estratégia e as ações em matéria de ética e responsabilidade social.
Contribuir à difusão das políticas de responsabilidade social mediante publicações externas e internas.

COMUNICAÇÃO INTERNA

Identificar as necessidades, definir as ferramentas de comunicação e construir métricas de avaliação dos efeitos.
Identificar os fluxos internos de informação e detetar os pontos de tensão e conflito.
Conceber os canais de comunicação interna como newsletters impressas ou eletrónicas, manuais de acolhimento, manuais de protocolo...
Colaborar com as áreas de recursos humanos na transmissão da cultura institucional.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Coordenar as relações da organização com as instituições locais, regionais, estatais e internacionais.
Definir as necessidades de projeção pública da organização.
Identificar eventos estratégicos como seminários, congressos e debates adequados para a comunicação pública da organização.
Identificar interlocutores de cooperação para a consecução dos objetivos institucionais.
Participar nas ações de lobbying da organização.
Criar e manter os canais de conhecimento dos contextos institucionais e organizacionais concorrentes.
Gerir as relações com analistas, comentadores e líderes de opinião do setor de atividade.

COMUNICAÇÃO DE MARKETING

Conceber o manual de identidade corporativa.
Definir e desenvolver o plano de marketing e comunicação.
Conceber, desenvolver e implementar as campanhas de publicidade.
Gerir as relações públicas.
Dirigir a negociação e a contratação de espaços publicitários.
Programar os suportes de comunicação visual como sejam os artefactos persuasivos gráficos, sonoros e audiovisuais.
Criar e nutrir a web corporativa.
Obter e gerir os patrocínios corporativos.
Desenvolver estudos de mercado e análises da eficácia comunicativa.
Conceber e gerir o merchandising institucional.

EQUIPA DIRETIVA



PERFIS POR ÁREAS

