

COMUNICAÇÃO INTEGRADA - POCKET MBA

▶▶ SUMÁRIO

- 1 - JUSTIFICATIVAS / CONTEXTO
- 2 - PRESSUPOSTOS
- 3 - DIFERENCIAIS DO INSTITUTO MVC
- 4 - OBJETIVOS
- 5 - MÓDULOS
 - 5.1 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO: FOCO EM RESULTADOS (16 horas)
 - 5.2 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO: RECURSOS VERBAIS E CORPORAIS (16 horas)
 - 5.3 - MÓDULO – COMUNICAÇÕES VENDEDORAS (16 horas)
 - 5.4 - MÓDULO – TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO (16 horas)
 - 5.5 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL (8 horas)
 - 5.6 - MÓDULO – A ARTE DO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES (8 horas)
 - 5.7 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO E MARKETING PESSOAL (8 horas)
 - 5.8 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO EFICAZ ENTRE LIDERES E LIDERADOS (8 horas)
 - 5.9 - MÓDULO – QUEBRANDO OS PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO ESCRITA (8 horas)
 - 5.10 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO ESCRITA VENDEDORA E EFICAZ (8 horas)
 - 5.11 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO POR E-MAIL – UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE GESTÃO (8 horas)
 - 5.12 - MÓDULO – ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS TÉCNICOS (16 horas)
 - 5.13 - MÓDULO – COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (8 horas)
- 6 - MEGA PALESTRAS
- 7 - METODOLOGIA
- 8 - PRÉ-DIAGNÓSTICO E PLANEJAMENTO
- 9 - *FOLLOW-UP*
- 10 - CONSULTORES
- 11 - INVESTIMENTOS / CUSTOS

JUSTIFICATIVAS / CONTEXTO

- A partir do momento em que compartilhar conhecimento se torna o grande diferencial no processo de mudança das organizações, a COMUNICAÇÃO se transforma em fundamental alternativa para alcançar um posicionamento diferenciado em mercados globalizados. O estabelecimento de relações de negócios duradouras e confiáveis, onde o profissional atua como um consultor e “parceiro” nos negócios de seus clientes, agregando valor aos produtos/serviços oferecidos pela sua empresa, constituem recursos poderosos de relacionamento, negociação e *marketing* no mundo dos negócios. E, é importante lembrar que os principais meios de COMUNICAÇÃO passam pela apresentação escrita, verbal, corporal, interpessoal e corporativa. O desempenho do Executivo/Gestor está profundamente ligado à habilidade de comunicar-se bem, utilizando um tom de voz adequado, um texto claro e vendedor, demonstrando segurança, entusiasmo e assertividade, possibilitando maior clareza na emissão e transmissão das mensagens e, conseqüentemente, estimulando a produtividade pessoal e organizacional.

- A proposta do Pocket MBA COMUNICAÇÃO INTEGRADA busca atender a uma demanda do mercado de educação corporativa, com programa mais curtos (de 400h para 128h), que possuam um custo menor e instrutores com uma experiência que conjugue o lado acadêmico com uma vivência empresarial.
- Tais programas oferecem uma relação custo/benefício maior, sem perda de qualidade, grande flexibilidade, duração e customização mais adequadas à realidade das organizações e respectivos profissionais. Esses profissionais não estão mais dispostos a esperar tanto tempo para aplicar o que "aprenderam", bem como não querem se ausentar das empresas por longos períodos.
- O conteúdo dos módulos apresenta algumas superposições propositais.

PRESSUPOSTOS

- A elaboração desse programa considerou os seguintes pressupostos técnicos:
 - ✓ Necessidades identificadas na pesquisa das demandas do Cliente e competências do ambiente de gestão;
 - ✓ Mais competitividade no estilo gerencial e relacional;
 - ✓ Integração das competências referentes à comunicação
 - ✓ Interpessoal
 - ✓ Escrita
 - ✓ Verbal
 - ✓ Corporal
 - ✓ Corporativa
- A elaboração desse programa considerou também os seguintes pressupostos metodológicos:
 - ✓ Horizonte de um a dois anos;
 - ✓ Integração dos *players* organizacionais;
 - ✓ *Homework* entre um módulo e outro;
 - ✓ Autosustentabilidade do conteúdo dos módulos;
 - ✓ Tangibilidade de produtos expressa através de um Plano de Ação desenvolvido ao final de cada módulo e negociado com o superior hierárquico até 7 dias após o evento, revisado no meio e no fim do Pocket MBA (follow-up);
 - ✓ Foco no compartilhamento do conhecimento e integração inter-áreas;
 - ✓ Utilização de programas/cursos em *e-learning* como forma de preparação das atividades presenciais ;
 - ✓ Envolvimento e comprometimento da cadeia de valor através de dois mega-eventos, no início e no fim do programa;
 - ✓ Autodiagnóstico dos participantes ao início de cada módulo.

DIFERENCIAIS DO INSTITUTO MVC

- Início do programa com módulo de grande impacto, apresentado por [JOÃO BAPTISTA VILHENA](#), [JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA](#), [AMÉRICO MARQUES FERREIRA](#), [EUNICE MENDES](#), [DENIZE DUTRA](#), [RENATA GARCIA ALLOZA](#), [RIVA B. WAITMAN SALZSTEIN](#).
- Flexibilidade na escolha dos módulos pelo Cliente;
- Distribuição, em cada módulo, de um livro ou vídeo ou DVD de autoria dos consultores do INSTITUTO MVC;
- Distribuição de leitura (textos) posterior a cada módulo (Educação à Distância);
- Utilização de vídeos e cursos em *e-learning*, trabalho prévio da atividade presencial;
- O curso em *e-learning* pode também complementar a formação de multiplicadores (não incluída nessa proposta);
- Atividade de *Follow-up*, para aumentar o comprometimento e mensurar resultados (meio e fim do programa);
- Metodologia objetivando que a mudança seja iniciada no decorrer do próprio módulo;
- Plano de ação ao final de cada módulo (a ser discutido com o superior até os sete dias posteriores ao evento);

OBJETIVOS

- Desenvolver uma visão globalizante/sistêmica, com ênfase especial na integração das competências relativas a COMUNICAÇÃO, na busca permanente de resultados e foco no público interno e externo;
- Estimular a cooperação, a parceria, o fluxo do conhecimento, o estilo de gestão compartilhado, a gestão de informações o relacionamento interpessoal sinérgico, especialmente em nível interáreas e a busca permanente dos novos caminhos do *management*;
- Estimular a implantação do conceito da COMUNICAÇÃO, com ênfase nos segmentos:
 - ✓ Interpessoal
 - ✓ Escrita
 - ✓ Verbal
 - ✓ Corporal
 - ✓ Corporativa

MÓDULOS

5.1 - MÓDULO I - COMUNICAÇÃO: FOCO EM RESULTADOS (16 horas)

Inclui curso em E-learning como trabalho prévio

OBJETIVOS:

- Sensibilizar para a importância da comunicação com ferramenta essencial ao processo de gestão.
- Promover a aquisição de conceitos de técnicas que garantam uma comunicação organizacional focada nos resultados.
- Fortalecer os vínculos entre pessoas e áreas, aumentando a sinergia organizacional.

► CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Autodiagnóstico
- Comunicação: Principais teorias
- Entendendo o processo para garantir a eficácia
- Comunicação: Como principal ferramenta da gestão
- Comunicação formal & Comunicação informal: Evitando boatos e fofocas
- Comunicação: Estruturas organizacionais & Processo decisório
- Comunicação e comportamento humano
- Comunicação e trabalho em equipe
- Comunicação eficaz para facilitar os processos de mudanças
- Comunicação na solução de conflitos
- Comunicação, motivação e *Endomarketing*: comprometendo as pessoas
- Comunicação e clima Organizacional
- A ética da comunicação
- Plano de Ação Individual e Organizacional

► CONSULTORAS:

[EUNICE MENDES](#) ou [DENIZE DUTRA](#) ou [RENATA GARCIA ALLOZA](#) ou [RIVA B. WAITMAN SALTZTEIN](#)

5.2 - MÓDULO II – COMUNICAÇÃO: RECURSOS VERBAIS E CORPORAIS (16 horas)

▶ OBJETIVOS:

- Apresentar os recursos comunicativos (voz, fala/dicção, linguagem/conteúdo/organização do discurso) como fundamentais para a comunicação eficaz, clara, objetiva e assertiva;
- Treinar o profissional quanto à utilização adequada dos recursos vocais;
- Apresentar e treinar recursos que geram expressividade corporal e gestual;
- Considerar a relação da emoção e comunicação durante o relacionamento;

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- Autodiagnóstico;
- Comunicação profissional: recursos vocais (entonação, velocidade, articulação, pausa de interpretação, pausa respiratória, ênfase e intensidade); fala/dicção, organização do discurso e linguagem/conteúdo;
- Imagem comunicativa;
- Expressividade corporal: linguagem gestual e facial;
- Plano de Ação Individual e Organizacional

▶ CONSULTORAS

[RENATA GARCIA ALLOZA](#) ou [RIVA B. WAITMAN SALTZTEIN](#)

5.3 - MÓDULO III - COMUNICAÇÕES VENDEDORAS (16 horas)

Inclui curso em E-learning como Trabalho Prévio

▶ OBJETIVOS

- Apresentar métodos e técnicas relativos ao comportamento junto ao cliente, especialmente quando se usa a COMUNICAÇÃO para apresentação/venda de produtos, serviços e idéias;
- Levar os participantes a melhorar o relacionamento com os clientes, através dos instrumentos e habilidades de comunicação.
- Melhorar a sua performance como apresentadores / vendedores de idéias e soluções;

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Autodiagnóstico

Bloco 1: Comunicação - um dom ou uma técnica?

- Desenvolvendo Competências Emocionais: a base para uma comunicação interpessoal eficaz,
- Percebendo o cliente e lidando com suas emoções
- Equilibrando os seus interesses e os dos clientes: Comunicação assertiva
- Influenciando Clientes através da comunicação.

Bloco 2: "Vendendo" suas idéias através de apresentações inovadoras:

- O que é venda eficaz;
- Premissas do processo;
- O binômio altercentrado e alterdirigido;
- A importância de conhecer o interesse da platéia;
- Criando um clima favorável -> interagindo com o cliente;
- Vencendo as resistências e o conformismo -> o primeiro passo para a aceitação de novas idéias usando uma linguagem adequada: palavras que fazem diferença.

Bloco 3: Preparando sua apresentação

- Como lidar com diferentes audiências/clientes;
- Falando e vendendo - para um único interlocutor;
- Falando e Vendendo para pequenos públicos;
- Apresentando idéias para grandes platéias;

- Como lidar com dúvidas e objeções;
- Dicas para uma apresentação eficaz.

Plano de Ação Individual e Organizacional

► CONSULTORES

[JOÃO BAPTISTA VILHENA](#) ou [DENIZE DUTRA](#) ou [J L MEINBERG](#) ou [CLÁUDIO GOLBERG](#)

5.4 - MÓDULO IV - TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO (16 horas)

► OBJETIVOS

- Promover a autopercepção e o desenvolvimento de métodos técnicos de comunicação para falar em público com segurança, clareza, fluência e objetividade.
- Promover a interação grupal, através do estímulo a desinibição e à comunicação eficaz, com ênfase nos resultados para o negócio;
- Realizar sessões de *feedback*, propiciando uma auto-análise dos participantes quanto à qualidade das apresentações e os caminhos necessários para aprimorar a comunicação verbal e não-verbal.

► CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Autodiagnóstico;
- A comunicação verbal e não-verbal;
- As cenas temidas no processo comunicativo;
- A administração do medo e das inibições;
- A auto-imagem do líder/comunicador;
- O poder da auto-imagem positiva para a construção de comunicações mais eficazes;
- A apresentação pessoal e a projeção da imagem do comunicador;
- A percepção da voz (dicção, ritmo, pronúncia e a saúde vocal);
- A linguagem do corpo (postura, expressões faciais);
- A coerência entre gestos, atos e palavras;
- Os diversos estilos de comunicadores;
- A estrutura, o planejamento, a ordenação, a apresentação e a avaliação de uma mensagem;
- O roteiro prático de uma apresentação;
- As soluções para evitar barreiras nas apresentações em público
- A fala de improviso;
- A argumentação criativa;
- O estabelecimento da sintonia com os clientes internos e externos nas apresentações formais e informais;
- A competência interpessoal e o processo de empatia com a platéia;
- A flexibilidade e a competência para responder às perguntas da platéia;
- A tecnologia da apresentação – a importância e a melhor utilização dos recursos audiovisuais, a simbologia das cores, o planejamento da apresentação visual, a utilização do microfone;
- CHA – os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para uma apresentação eficaz.
- Plano de Ação Individual e Organizacional

► CONSULTORAS

[EUNICE MENDES](#) ou [DENIZE DUTRA](#)

5.5 - MÓDULO V - COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL (8 horas)

Inclui curso em e-learning como Trabalho Prévio

▶ OBJETIVOS

- Proporcionar aos participantes o aprimoramento de técnicas e métodos de comunicação, objetivando a melhoria de suas relações interpessoais em todos os níveis da organização.
- Propiciar a auto-análise e o reconhecimento de procedimento eficazes na busca da excelência pessoal e profissional.

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Autodiagnóstico
- Comunicação e comportamento humano
- Inteligência Emocional como base para uma comunicação interpessoal eficaz
- Comunicação Interpessoal:
 - ✓ Barreiras nas comunicações
 - ✓ Requisitos para uma comunicação eficaz
 - ✓ O poder da auto-imagem e da auto-estima
 - ✓ A arte de ouvir e o processo de empatia
 - ✓ A janela de Johari
 - ✓ O sistema de *feedback*: como dar e receber
 - ✓ Estilos de comunicação
- Informação & Comunicação & Suposição: A escada de inferência
- Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às comunicações interpessoais.
- A comunicação ética
- Plano de Ação

▶ CONSULTORES

[DENIZE DUTRA](#) ou [AMÉRICO MARQUES FERREIRA](#)

5.6 - MÓDULO VII - A ARTE DO RELACIONAMENTO COM CLIENTES (8 horas)

Inclui curso em e-learning como Trabalho Prévio

▶ OBJETIVOS

- Reforçar a importância do relacionamento com o cliente com fator crítico de sucesso para o negócio;
- Fornecer conhecimentos e ferramentas que contribuam para a melhoria do relacionamento com clientes;
- Refletir sobre atitudes que possam consolidar um relacionamento profícuo com os clientes, no sentido de garantir a sua fidelização;
- Apresentar e debater cases de sucesso da própria empresa, que valorizem as boas práticas e a importância do relacionamento com os clientes.

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Autodiagnóstico
- Desenvolvendo competências emocionais como base para o relacionamento interpessoal com clientes
- Mudando a percepção: foco no cliente para o foco DO cliente;
- Adotando atitudes que fazem diferença no relacionamento com clientes;
- Aprendendo a lidar com as diferenças e com pessoas difíceis;
- Aprendendo a dizer não.
- Utilizando as palavras certas.
- Estabelecendo relacionamentos "ganha-ganha";
- Práticas bem sucedidas no atendimento a clientes internos e externos.
- Causando boa imagem pelo telefone
- Plano de Ação

▶ CONSULTORES

[DENIZE DUTRA](#) ou [AMÉRICO MARQUES FERREIRA](#)

5.7 - MÓDULO VII – COMUNICAÇÃO E MARKETING PESSOAL (8 horas)

▶ OBJETIVOS

- Refletir sobre a importância da imagem e do marketing pessoal para garantir o sucesso pessoal e profissional.
- Conhecer conceitos e técnicas relacionados ao marketing pessoal e etiqueta nos negócios que garantam a construção de uma imagem profissional e pessoal positivas.

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Autodiagnóstico
- O processo de percepção: autopercepção e hetero-percepção
- Construindo uma imagem pessoal e profissional positiva
- Imagem Profissional X Sucesso Profissional
- A comunicação a serviço do seu marketing pessoal
- Criando rapport
- A aparência e postura profissional:
 - ✓ Roupas adequadas
 - ✓ Detalhes: o que pode X o que não pode
 - ✓ Cuidados com o corpo e com a aparência física
- Etiqueta nos negócios:
- Princípios básicos da boa educação nos negócios
 - ✓ Reuniões
 - ✓ Situações Sociais
 - ✓ Relacionamento com cliente
 - ✓ Relacionamento com Superiores
 - ✓ Viagens
 - ✓ Uso do telefone
 - ✓ Cartões
- Entrevistas profissionais
- Ética profissional
- Plano de ação

▶ CONSULTORES

[DENIZE DUTRA](#) ou [AMÉRICO MARQUES FERREIRA](#)

5.8 - MÓDULO VIII - COMUNICAÇÃO EFICAZ ENTRE LÍDERES E LIDERADOS (8 horas)

Inclui curso *E-learning* como trabalho prévio

▶ OBJETIVOS

- Sensibilizar as lideranças para a importância de uma comunicação eficaz para garantir os resultados da gestão.
- Refletir sobre o papel da liderança como facilitador do processo de comunicação entre as pessoas e seu impacto nos negócios.
- Aprimorar as técnicas de transmitir instruções e dar *feedbacks* construtivos aos liderados.

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Autodiagnóstico
- Formar ou comunicar?
- Compartilhando a comunicação: Um ambiente de aprendizagem
- A comunicação como ferramenta para o desenvolvimento das pessoas da liderança eficaz
- Diferentes estilos de liderança; Diferentes estilos de comunicação.
- Transmitindo instruções eficazes
- O *feedback* como ferramenta para o desenvolvimento das pessoas e das equipes

- Comunicando as mudanças e minimizando resistências
- Comunicação: solucionando ou complicando os conflitos?

► **CONSULTORES:**

[DENIZE DUTRA](#) ou [AMÉRICO MARQUES FERREIRA](#)

5.9 - MÓDULO IX – QUEBRANDO OS PARADIGMAS DA COMUNICAÇÃO ESCRITA (8 horas)

► **OBJETIVOS**

- Produzir textos com alto grau de legibilidade, capazes de agir positivamente sobre o leitor/cliente, considerando as demandas da era da informação e a necessidade de um processo decisório cada vez mais eficaz;
- Aumentar o grau de compreensão, assimilação e uso da mensagem a ser veiculada;
- Elaborar textos claros concisos e gramaticalmente corretos e vendedores, adequados às necessidades informacionais do Cliente interno e externo;
- Técnicas capazes de permitir economia do tempo despendido para elaboração de textos;
- Manejar a linguagem de forma a atingir o grau máximo de expressividade.

► **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- **Autodiagnóstico**
- **Aprendendo a Falar com o Cliente**
 - ✓ Buscando a linguagem adequada para atingir o público certo;
 - ✓ Utilizando com precisão a linguagem técnica e os estrangeirismos;
 - ✓ Controlando as informações a serem prestadas.
- **Levando o Cliente à Ação / Decisão**
 - ✓ Definindo o tema: seja específico, mas não exagere;
 - ✓ Definindo o objetivo do texto: que ação o Cliente deve praticar?
 - ✓ Convencendo o Cliente a agir / decidir;
 - ✓ Preservando a face positiva do texto: a ética e a cortesia nas comunicações.
- **A Comunicação na Era da Informação**
 - ✓ Como aproveitar como eficiência os recursos técnicos que a informática disponibiliza ao usuário;
 - ✓ Como trabalhar com Tabelas, Figuras, Fontes e Cores;
 - ✓ Como obter excelência na produção de cartas e e-mails.
- **Comunicações Criativas e Vendedoras**
 - ✓ Como delinear claramente o Objetivo da Comunicação;
 - ✓ Como manter o foco de atenção no Leitor;
 - ✓ Como preservar a cortesia nas relações interpessoais;
 - ✓ Como explicitar claramente as ações que se deseja que o Leitor desencadeie;
 - ✓ Como escolher o tom adequado às Comunicações, mantendo a face positiva da linguagem.
- **Cuidando da Vitrine**
 - ✓ Como evitar o ranço burocrático e jurídico ainda presente nas comunicações empresariais;
 - ✓ Como tirar o máximo de proveito possível das técnicas estruturais de Produção de textos;
 - ✓ Como eliminar vícios de linguagem, capazes de comprometer a eficácia da comunicação.
- **Plano de Ação Individual e Organizacional**

► **CONSULTOR**

[JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA](#)

5.10 - MÓDULO X – COMUNICAÇÃO ESCRITA: TEXTOS VENDEDORES E EFICAZES (8 horas)

▶ OBJETIVOS

- Ajustar a informação a um nível praticável, que corresponda à experiência e capacidade intelectual do leitor.
- Expressar idéias estruturadas, com grau máximo de legibilidade.
- Escrever textos com alto nível de correção gramatical, consoante os padrões da norma culta da Língua.
- Adequar a produção escrita às múltiplas realidades do dia-a-dia da organização.

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- **Autodiagnóstico**
- **Comunicando com qualidade**
 - ✓ Como atingir simplicidade e transparência nas comunicações;
 - ✓ Como evitar a edição de textos repetitivos, redundantes ou simplesmente desnecessários;
 - ✓ Como passar a informação com precisão e determinabilidade.
 - ✓ Como obter clareza
- **Aprimorando a forma**
 - ✓ Como manter o foco das informações nas necessidades informacionais do leitor;
 - ✓ Como obter coesão e coerência textuais;
 - ✓ Como eliminar a desnecessária prolixidade;
 - ✓ Como evitar a incidência de erros gramaticais capazes de comprometer a imagem do redator perante seu público.
- **Trabalhando as ferramentas de linguagem**
 - ✓ Como preservar o paralelismo;
 - ✓ Como evitar ambigüidades;
 - ✓ Como trabalhar com Títulos e utilizar os verbos dicendi;
 - ✓ Como evitar problemas ligados à má pontuação, à concordância indevida e ao emprego de generalizações.
- **Plano de Ação Individual e Organizacional**

▶ CONSULTOR

[JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA](#)

5.11 - MÓDULO XI – COMUNICAÇÃO POR E-MAIL – UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE GESTÃO (8 horas)

▶ CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- **Comunicando com Qualidade**
 - ✓ Como definir claramente o objetivo do e-mail;
 - ✓ Como manter o foco de atenção do texto no leitor;
 - ✓ Como adequar linguagem e informação às necessidades do *target*.
- **Levando o Leitor à Ação**
 - ✓ Como controlar a quantidade de informações a serem prestadas;
 - ✓ Como deixar claro as ações que se quer que o leitor desencadeie;
 - ✓ Como preservar a cortesia nas relações com o leitor.
- **Organizando o e-mail**
 - ✓ Como tirar o máximo proveito de técnicas estruturais de produção de texto;
 - ✓ Como tirar o máximo proveito das ferramentas presentes no editor de texto;
 - ✓ Como usar adequadamente fontes e cores.
- **As Regras de Ouro**
 - ✓ Como manter o fluxo de informações para resolução de problemas corporativos;
 - ✓ Como alcançar o máximo de legibilidade na interação com o leitor;
 - ✓ Como contornar situações de conflito em atendimento difíceis;
 - ✓ Como garantir que os problemas do cliente foram resolvidos (*feedback*).
- **Plano de Ação**

► CONSULTOR

[JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA](#)

5.12 - MÓDULO XII – ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS TÉCNICOS (16 horas)

► OBJETIVOS GERAIS

- Apresenta orientações capazes de levar o Profissional a:
 - ✓ Elaboração de textos claros, concisos, objetivos e devidamente padronizados adequados à realidade do mercado e conforme as orientações da Parte 3 da Diretiva ISO - IEC;
 - ✓ Eliminação de vícios de linguagem, capazes de afetar a boa imagem da EMPRESA e atuar negativamente sobre as informações a serem prestadas;
 - ✓ Obtenção de significativas melhorias na performance comunicativa, em especial no que tange à elaboração de textos institucionais, conforme o padrão ABNT.

► OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir os parâmetros para utilização do e-mail como veículo de comunicação eficaz e rápida
- Explorar todo o potencial de comunicação dos e-mails
- Para tanto, é fundamental que a linguagem veiculada:
 - ✓ Seja persuasiva, estruturada, expressiva e adequada à realidade do público a que se destina;
 - ✓ Atue positivamente sobre o interlocutor e fortaleça a imagem da EMPRESA;
 - ✓ Atenda satisfatoriamente às expectativas do Cliente, relativamente à eficiência e praticidade das informações a serem prestadas
- O módulo **ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS TÉCNICOS** consubstancia esses objetivos, na medida em que constrói uma base de conhecimentos capaz de gerar na EMPRESA compromisso de levar em conta necessidades informacionais distintas de um diversificado público leitor.
- A produção de textos uniformes em sua estrutura, estilo e terminologia é o maior benefício gerado por todo esse processo.

► CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Primeira Etapa – (8 horas)

- A Apresentação do Texto Normativo
- Textos normativos devem ser tecnicamente equivalentes e apresentar estruturação idêntica.
- Para que se obtenha a necessária padronização, serão abordados os seguintes tópicos:
 - ✓ Elementos preliminares: Folha de rosto, Sumário, Prefácio e Introdução;
 - ✓ Elementos gerais: Título e Objetivo;
 - ✓ Elementos técnicos: Definições, Símbolos e Abreviaturas;
 - ✓ Elementos suplementares: Anexos e Notas de pé-de-página;
 - ✓ Como construir Tabelas e figuras;
 - ✓ Como itemizar seções e subseções;
 - ✓ Como apresentar expressões matemáticas e representar valores numéricos;
 - ✓ Como produzir modificações estruturais, de maneira a obter:
 - Impessoalidade;
 - Formalidade;
 - Uniformidade;
 - Publicidade;
 - Clareza.
- As estruturas redacionais e o livro Como Elaborar Relatórios
- Plano de Ação

Segunda Etapa – (8 horas)

- Os textos gerados pela EMPRESA devem ser:
 - ✓ Tão completos quanto necessário, dentro dos limites estabelecidos pelo seu campo de aplicação;
 - ✓ Coerentes, claros e precisos;
 - ✓ Compreensíveis para pessoal qualificado que não tenha participado da sua elaboração.
- Para que sejam atingidos esses objetivos, serão discutidos os seguintes conteúdos:
 - ✓ Como substituir termos genéricos por outros de conteúdo específico;
 - ✓ Como saber extrair o essencial e fazer resumos sintéticos;
 - ✓ Como alcançar a precisão vocabular com base em uma leitura contextual;
 - ✓ Como trabalhar a estrutura deve / pode / convém;
 - ✓ Como evitar frases de ladainha e eliminar ambigüidades;
 - ✓ Como utilizar com propriedade o paralelismo;
 - ✓ Como trabalhar coesão e coerência textuais.
- Plano de Ação Individual e Organizacional

► CONSULTOR

[JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA](#)

5.13 - MÓDULO XIII – COMUNICAÇÃO CORPORATIVA – MÍDIA TRAINING (8 horas)

► OBJETIVOS

- Estabelecer as bases para a comunicação corporativa
- Lidar com os pecados capitais em comunicação
- Analisar as relações entre processos de crise e a comunicação corporativa

► CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Comunicação corporativa e a imagem da empresa.
- Papéis e funções dos porta-vozes
- Prevenção, gestão, follow-up de crises
- Olhando para trás: um pouco de história
- Plano de ação

► CONSULTOR

[CARLOS ALVIM](#) ou [MAURO RIBEIRO](#)

6. MEGA PALESTRAS

O público dessas palestras é constituído pelos clientes internos, público externo, fornecedores, comunidade. Sua realização deverá ocorrer no mesmo dia e hora em que se iniciar o respectivo módulo. Os participantes do programa também deverão estar presentes. Haverá uma palestra para cada 04 módulos contratados

Os temas das palestras serão escolhidos dentre aqueles constantes dos módulos contratados

Os produtos mais imediatos das mega palestras são:

- Mensagem de parceria e relação ganha/ganha;
- Utilização de um programa de treinamento além fronteiras da organização;
- Integração de todos os “atores de um processo de mudança”, principalmente colaboradores não participantes do programa;
- Treinamento contribuindo para a imagem institucional.

7. METODOLOGIA

- A metodologia do programa será voltada não apenas para a apresentação conceitual e sua adequação à realidade do cliente, mas também para sua vivenciação no âmbito do grupo (o maior inter-relacionamento/homogeneidade deve ser um dos critérios para a formação de cada grupo);
- A idéia é que o processo de mudança e a implantação de conceitos sejam iniciados durante cada módulo; haverá também atividades a serem desenvolvidos entre um módulo e outro;
- Caberá ao superior do participante e a RH o *follow-up* do processo;
- O intervalo entre os módulos deverá ser de 30/60 dias;
- No início de cada módulo o participante fará um autodiagnóstico relativo ao tema em questão;
- Ao final do módulo, cada participante deverá elaborar um plano de ação/projeto, a ser discutido com seu superior até 7º dia seguinte ao módulo. Esse procedimento deverá ser acordado e acompanhado pela área de RH

Os participantes receberão textos nos 6 meses seguintes ao término de cada módulo. (mediante remessa dos e-mails dos participantes)

1. CURRÍCULO RESUMIDO DOS CONSULTORES ([Clique no nome para visualizar o currículo](#)):

- ▶ [JOÃO BAPTISTA VILHENA](#)
- ▶ [DENIZE DUTRA](#)
- ▶ [EUNICE MENDES](#)
- ▶ [AMÉRICO MARQUES FERREIRA](#)
- ▶ [JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA](#)
- ▶ [RENATA GARCIA ALLOZA](#) - Fonoaudióloga Mestre em Comunicação Profissional. Consultora Sênior do Instituto MVC, diretora da COMUNIK Assessoria em Fonoaudiologia, Organizadora e autora do livro: Fonoaudiologia na Empresa - Atuação em Call Center.
- ▶ [RIVA B. WAITMAN SALZSTEIN](#) - Fonoaudióloga Mestre em Comunicação Profissional. Consultora Sênior do Instituto MVC, diretora da COMUNIK Assessoria em Fonoaudiologia, Organizadora e autora do livro: Fonoaudiologia na Empresa - Atuação em Call Center.

▶▶ SOLICITE-NOS UMA PROPOSTA COMPLETA: costacurta@institutomvc.com.br ou mariateresa@institutomvc.com.br