

2ª edição
**Comunicação
Interna 2008**

Promova a comunicação interna orientada a resultados para gerar vantagem competitiva com estratégias alinhadas aos objetivos do negócio

25 a 27 de novembro de 2008 | Meliá Jardim Europa | São Paulo - SP



“Após o sucesso das edições no mundo, o IQPC traz com exclusividade a segunda edição brasileira da principal conferência sobre Comunicação Interna”

Workshops

- A** Construção de um plano de comunicação baseado em **indicadores de performance**
- B** Novas mídias – **Wikis, blogs, web 2.0** – como ser mais efetivo na comunicação interna na era da tecnologia e colaboração
- C** Desenvolvendo **métricas para garantir o retorno sobre investimentos** em comunicação interna

Principais razões para participar desta Conferência

- 20 novos casos práticos em comunicação interna das principais empresas que atuam no país
- Oportunidade única para fazer *benchmarking* com os principais experts no assunto

E mais! Apresentações exclusivas sobre:

- Construção e definição de **métricas e indicadores de performance**
- Comunicação interna como fator chave para o sucesso em **processos de mudança**
- Alinhamento da **comunicação com a estratégia corporativa**
- **Novas mídias e tecnologia** para comunicação interna

Troque experiências com:

OI
REDECARD
EMBRAER
PHILIPS
IBM BRASIL
ATENTO
NEXTEL
MERCK SHARP & DOHME
HSBC
SANTANDER
ABERJE
VOITH SIEMENS
GRUPO TELEFÔNICA
TETRA PAK
GRUPO VOTORANTIM
ABRACOM
NATURA
ACCENTURE
SOCIEDADE BENEFICENTE
ISRAELITA BRASILEIRA
ALBERT EINSTEIN
SKY
LOSANGO
WAL-MART
RENAULT

Apoio:





Prezado (a) Executivo (a),

A uma primeira vista todos sabemos comunicar. Está na essência do ser humano comunicar, expressar-se e interagir com seus semelhantes. Mas realmente, sabemos comunicar?

Comunicar está além da simples convenção de transmitir informação, para que aconteça a comunicação é preciso que todas as partes envolvidas interajam compondo um ciclo que transforma a mensagem em informação.

Traduzindo isso para o mundo corporativo, em mundo em que a tecnologia e os produtos não passam de meras commodities e que o principal pilar das companhias hoje é formado por pessoas, ativo intangível que engajado torna-se o fator número um na diferenciação no mercado competitivo a Comunicação é indiscutivelmente importante para o sucesso dos negócios.

O patrocínio do executivo número 1 e a demanda de todas as áreas da empresa aliados a essa visão de que as pessoas são o diferencial para a empresa justificam tais argumentações sobre o papel chave que a comunicação deve ter em qualquer companhia.

Mas será que estamos prontos para assumir esse papel?

Participe da 2ª edição do summit sobre comunicação interna que o IQPC traz com exclusividade e discuta com os principais profissionais e especialistas no assunto sobre as melhores práticas em comunicação interna orientada a resultados e às pessoas, inovações e novas mídias para o desenvolvimento da comunicação interna e sobre como estruturar e pesar a comunicação interna como suporte à estratégia baseada em métricas e indicadores.

Não perca esta oportunidade. Entre em contato com a nossa central de atendimento pelo telefone **11 3164 5600** e garanta sua participação.

Nos vemos em novembro!

Rodrigo Ootani

Conference Manager

Management IQ

Divisão do IQPC

P.S.: não deixe de participar dos nossos workshops exclusivos

Conheça a opinião de quem já participou das edições anteriores:

"A troca de experiências com os palestrantes e com outros profissionais da área foi muito proveitosa"

J.M.L

Coordenadora de Endomarketing

MODEC SERVIÇOS DE PETRÓLEO DO BRASIL

"Fiquei simplesmente impressionado com o nível do evento em geral"

A.A.P

Supervisor de RH

ADAMI S/A - MADEIRAS

" O Evento foi importantíssimo para esclarecer dúvidas e mostrar as diferentes atuações de diferentes empresas. Além do compartilhamento de experiências e informações que agregam muito para o dia-a-dia."

M.C.R.T

Analista de Marketing Sênior

TELFÔNICA

Quem deve participar deste evento

Vice-Presidentes, Superintendentes, Diretores, Gerentes e Analistas de:

- *Comunicação Interna*
- *Comunicação Corporativa*
- *Public Affairs*
- *Relações Públicas*
- *Endomarketing*
- *Marketing Institucional*
- *Assuntos Corporativos*
- *Relações Institucionais*
- *Recursos Humanos*



1º dia

Terça-feira > 25 de novembro > 2008

8:00 Recepção e entrega de documentação

8:30 Abertura da conferência pelo Presidente de Mesa

Carlos Henrique Carvalho

Secretário - Executivo

ABRACOM

8:45 Plano de comunicação por um novo jeito de ser: toda a organização precisa se mobilizar para mudança de cultura

Sendo a COMUNICAÇÃO a principal ferramenta do Endobranding, ela precisa se utilizar de instrumentos que promovam a sua estratégia de vendas de "idéias, comportamentos e atitudes" – mobilização.

- A importância da comunicação interna para o alinhamento das ações estratégicas
- Comunicação Interna e Planejamento estratégico: apoiar a equipe dirigente e lideranças para estabelecer comunicação alinhada com a marca única
- Criar mecanismos para realimentar o processo a partir da percepção dos Colaboradores
- Como a Comunicação Interna pode ser mais estratégica e contribuir sistematicamente para a construção do Jeito Oi de Ser?
- Convergir verdadeiramente requer mobilizar as pessoas, criar ambiente para que realizem suas ambições e tratar estrategicamente os momentos de verdade no relacionamento com a empresa

Manoela Osório

Gerente de Comunicação e Cultura Organizacional

OI

9:30 O papel da comunicação interna no fortalecimento da imagem corporativa – alinhamento com a liderança e princípios corporativos

- Como garantir o apoio da liderança
- O papel chave da liderança na comunicação
- A importância dos princípios corporativos e sua disseminação
- Fortalecimento da imagem corporativa a partir da comunicação interna
- Resultados

Palestrante será divulgado no site

Diretor de Comunicação Interna

EMBRAER

10:15 Networking coffee break

10:45 Change management – como a comunicação interna deve ser trabalhada durante processos de mudanças

- O papel do comunicador em processos de mudanças
- A comunicação interna como peça chave para o sucesso em processos de mudança organizacional
- Mapeamento do público interno e ferramentas necessárias
- Alinhamento com os líderes
- Resultados obtidos

Luciana Giles

Gerente de Comunicação

RENAULT

11:30 Era da informação – como garantir o sucesso das ações de comunicação em meio a disputa pela atenção do funcionário

- Veículos estratégicos de comunicação (ouvidoria interna e grupos de Afinidade)
- Desafios da comunicação (qualificação profissional e descentralização)

Silvia Tyrola

Gerente de Comunicação Interna

ACCENTURE

12:15 Comunicação interna 360o - A experiência da IBM Brasil

- Comunicação já era, agora é Transformação
- Estabelecendo a gestão da comunicação
- Determinando o estado de espírito da empresa
- Comunicação global X comunicação local
- Comunicação a la carte: cada funcionário com seu menu
- Comunicação para liderança

Mauro Segura

Diretor de Comunicação

Flavia Apocalypse

Gerente de Comunicação Interna

IBM BRASIL

13:00 Almoço

14:00 Estruture um comitê de comunicação interna e garanta resultados efetivos na disseminação da informação

A comunicação geralmente falha em função de um sistema ou ferramentas inadequadas, mas principalmente como resultado de canais deficientes de comunicação, entre os quais se destaca o fator humano. O envolvimento multidisciplinar pode ajudar a minimizar esta questão.

- Como motivar, integrar e alinhar os esforços de todas as áreas para atingir os objetivos traçados na estratégia organizacional através de um Comitê de Comunicação multifuncional.
- Objetivos, estratégias, plano de ação e exemplos

Renata Rizzo Presta

Gerente de Comunicação Corporativa

para a América Latina

VOITH SIEMENS

14:45 Comunicação interna feita pelo colaborador – como garantir a efetividade da comunicação a partir da interação do público interno

Mídias oficiais, espontâneas, locais, globais, externas e internas. Em meio à tanta exposição de informações, como atrair a atenção do público interno para assuntos pertinentes à empresa e aprimorar o fluxo de comunicação entre os níveis hierárquicos? Para a Atento, o segredo está na comunicação feita pelo colaborador para o próprio colaborador.

- A importância de inovar com canais de comunicação já consagrados pelas corporações
- Valores e atributos: como envolver os colaboradores na disseminação destes temas
- Proximidade: a relação que vale ouro no dia a dia de uma empresa
- Resultados obtidos

Luis Alcubierre

Diretor de Comunicação

Ana Cristina Santos

Gerente de Comunicação Interna

ATENTO

15:30 O impacto da comunicação interna e seus canais para a gestão do clima organizacional

- O papel da pesquisa interna para o desenvolvimento de planos de comunicação
- Comunicação interna como parceiro das práticas de RH
- SAC interno como canal direto de comunicação para os colaboradores
- Resultados

Luciana Ranieri

Gerente de Comunicação Interna e Ambiente Corporativo

SOCIEDADE BENEFICENTE ISRAELITA BRASILEIRA ALBERT EINSTEIN

16:15 Networking coffee break

16:45 Transforme seus colaboradores em embaixadores da empresa a partir de ações estruturadas de comunicação interna

- Compreenda o papel do colaborador na construção e fortalecimento de uma empresa
- Qual é o papel da comunicação interna nesse contexto
- Disseminação da cultura organizacional como peça chave para a transformação do colaborador em embaixador
- Resultados obtidos

Ricardo Vivalvi

Coordenador de Comunicação Interna América Latina

Fernanda Carvalho

Gerente Geral de Comunicação Corporativa América Latina

PHILIPS

17:30 Desenvolva estratégias para a comunicação interna baseadas nos colaboradores e alinhadas com o objetivo do negócio

- Como pensar comunicação interna estrategicamente
- Comunicação interna como suporte ao crescimento sustentável da empresa
- A dinâmica da comunicação – promova
- O patrocínio da liderança como peça chave para o sucesso das ações de comunicação
- Resultados da comunicação interna na Nextel

Roberta Germano

Gerente de Comunicação

NEXTEL

18: 15 Encerramento do primeiro dia da conferência





2º dia

Quarta-feira > 26 de novembro > 2008

8:00 Recepção

8:30 Abertura da conferência pelo Presidente de Mesa

8:45 Comunicação interna como peça chave no sucesso dos negócios – compreenda como um bom plano de comunicação com o público interno impacta positivamente na estratégia corporativa

- Desenvolva um plano de comunicação interna alinhado à estratégia corporativa
- Comunicação interna como peça chave para o sucesso dos negócios
- Garanta o envolvimento dos colaboradores com uma comunicação transparente das metas e resultados
- Canais formais de comunicação alinhados à estratégia de comunicação
- Mensure os resultados

Stefania Valle
Gerente de Comunicação Interna
REDECARD

CASO PRÁTICO

9:30 Engajamento do público interno através de uma comunicação simples, ágil, transparente e que promova ações incentivadoras

- Entenda a cultura organizacional e a transmita aos colaboradores de forma clara e motivadora
- Como ser percebida pela base de clientes internos como diferencial no entendimento e apoio aos processos da empresa e pelos executivos como fundamental para disseminação e engajamento na estratégia dos negócios
- Promova reconhecimentos dos funcionários
- Mobilize para Resultados, viabilize o Marketing externo e prepare para mudanças

Rosângela Villareal
Gerente de Endomarketing
LOSANGO

CASO PRÁTICO

10:15 Networking coffee break

10:45 A comunicação interna como pilar para programas de responsabilidade social

Quando pensamos em responsabilidade social nas empresas, precisamos entender que o principal público a ser envolvido é o interno. Sem o engajamento dos colaboradores, qualquer campanha de responsabilidade social acaba fadada a ser mais uma ação de marketing

- É possível pensar em responsabilidade social sem os colaboradores?
- Campanha de Responsabilidade Social - Como garantir a participação e colaboração do público interno
- Como identificar os fatores que motivam a participação
- Impactos positivos para o negócio

César Rua
Gerente de Comunicação Interna
GRUPO TELEFÔNICA

CASO PRÁTICO

11:30 Como Contratar Comunicação Interna – o mercado de agências de comunicação

- O mercado de comunicação corporativa
- Comunicação interna: estratégia e parceria
- O papel das agências nas políticas de comunicação interna
- O perfil dos serviços de comunicação interna: o portfólio do mercado

Carlos Henrique Carvalho
Secretário-Executivo
ABRACOM

12:15 O portal corporativo como ferramenta de gestão de pessoas

- Portal corporativo, ferramenta fundamental para a comunicação interna
- O portal corporativo como fator de engajamento do público interno
- Como maximizar o fluxo de informações e a acessibilidade do portal
- Alinhamento do conteúdo digital com a estratégia corporativa e os objetivos do negócio

Daniel Bruin
Gerente Executivo de Comunicação Interna
SANTANDER

CASO PRÁTICO

13:00 Almoço

14:00 Estratégias para a disseminação da informação para todos os colaboradores – Como chegar a todos os níveis hierárquicos e vencer barreiras geográficas e culturais

A TV Wal-Mart é uma ferramenta de comunicação interna que faz uso de tecnologia de ponta para atingir um público diversificado e disperso geograficamente. Através de transmissões via satélite 24h por dia, ela possibilita a disseminação de informações da empresa e suporta a tomada de decisões de negócio. Nesta palestra você vai conhecer:

- TV Corporativa como ferramenta estratégica de negócio
- Potencial de comunicação e interatividade dessa ferramenta
- Vantagens e desvantagens de uma TV Corporativa

Silene Chiconini
Diretora de Comunicação
WAL-MART

CASO PRÁTICO

14:45 A importância da comunicação interna face to face em tempos da internet

- Envolvimento do público interno com a comunicação direta
- Como vencer a tecnologia na disputa pela atenção do funcionário
- Transparência e comunicação aberta entre todas as camadas hierárquicas por meio da comunicação direta face to face
- Resultados

Elisa Prado
Diretora de Comunicação
TETRA PAK

CASO PRÁTICO

15:30 Evolução da Comunicação no Grupo Votorantim: os desafios de uma empresa cada vez mais global e seus 60 mil funcionários

- A evolução da governança corporativa e o novo posicionamento do Grupo
- Mudança cultural: a unidade na diversidade
- As diretrizes do sistema de gestão Votorantim para a área de comunicação
- A comunicação interna e seus diversos públicos - no Brasil e no mundo

Malu Weber
Gerente Geral de Marca e Comunicação Corporativa
Mylene Ferreira
Consultora Interna de Comunicação Interna
GRUPO VOTORANTIM

CASO PRÁTICO

16:20 Networking coffee break

16:50 Comunicação Interna como estratégia do negócio

- Técnicas de comunicação e como aferir sua parcela de contribuição no resultado
- Como a Comunicação interna da SKY atua como parte estratégica do negócio e não somente como área de suporte
- Comunicação simples
- Como avaliar a eficiência da comunicação
- Jogos, interatividade, jornal interno, mascote – diferenciação de formatos para reter o máximo de conteúdo
- Interface com as áreas

Solange dos Santos Alves
Gerente de Comunicação e Qualidade
SKY

CASO PRÁTICO

17:35 O futuro da Comunicação Interna – Próximos passos para garantir a excelência na gestão da comunicação interna

Os objetivos deste painel é gerar uma discussão sobre o real papel da comunicação interna sobre a estratégia corporativa orientada a resultados e levantar os pontos sobre os atributos necessários para a área e para os profissionais que com ela atuam se posicionarem como peças chave para o sucesso das organizações.

- Melhores práticas na comunicação interna
- Quais são os próximos passos para garantir o posicionamento estratégico da comunicação interna nas organizações
- Trends – repensando a comunicação interna nas organizações

Viviane Mansi
Public Affairs Manager
MERCK SHARP & DOHME

Elisa Prado
Diretora de Comunicação
TETRA PAK

Mauro Segura
Diretor de Comunicação
IBM BRASIL

Juliana Marques
Superintendente de Endomarketing
HSBC

Cristina Amadio
Gerente de Comunicação Interna
NATURA

PAINEL DE ENCERRAMENTO

18:35 Encerramento da conferência



3º dia

Quinta-feira > 27 de novembro > 2008

8:30 Recepção e café

WORKSHOP A

Início 9:00 | *Networking coffee break* 10:00 | Término 11:30

Construção de um plano de comunicação baseado em indicadores de performance

A comunicação interna precisa ir além da mera formalidade de transmitir informações para os colaboradores. Como qualquer outra área, precisa gerar resultados para o negócio, baseados em indicadores claros de desempenho. Para isso, é preciso que a área tenha um bom planejamento e boas métricas.

- Como a comunicação interna pode contribuir para os negócios
- Como desenvolver um plano de comunicação alinhado com a estratégia corporativa
- Quais critérios devem ser analisados na definição de metas e métricas
- O que mensurar

Viviane Mansi
Public Affairs Manager
MERCK SHARP & DOHME



WORKSHOP B

Início 11:45 | Almoço 12:45 | Término 15:30

Novas mídias – Wikis, blogs, web 2.0 – como ser mais efetivo na comunicação interna na era da tecnologia e colaboração

O grande volume de informações e a tecnologia acabam por deixar a comunicação com uma cara mais formal e dura, sem o contato direto e a interação das partes. Neste workshop saiba como novos canais e ferramentas alinhados com a estratégia e cultura corporativa podem transformar a comunicação interna

- Novas mídias – quais canais são mais eficientes na era da colaboração
- Qual é o impacto que a tecnologia causa na dinâmica da comunicação
- Cultura organizacional – como garantir o fluxo das informações
- Resultados obtidos

Juliana Marques
Superintendente de Endomarketing
HSBC

Luciano Miranda
Gerente da Intranet Brasil
HSBC



WORKSHOP C

Início 15:45 | *Networking coffee break* 16:45 | Término 18:00

Desenvolvendo métricas para garantir o retorno sobre investimentos em comunicação interna

Como uma área estratégica para a empresa, a comunicação interna precisa ter em seu planejamento indicadores de performance estabelecidos para garantir a efetividade de suas ações. Sem esses indicadores dificilmente seriam possíveis o alinhamento da área com a estratégia corporativa e o desenvolvimento de ações estruturadas de comunicação interna.

- A importância da definição de métricas para comunicação interna
- Como definir indicadores de desempenho alinhados à estratégia da comunicação e do negócio
- Quais critérios devem ser observados para o estabelecimento de indicadores
- Simulação de um caso fictício

Suzel Figueiredo
Diretora
INSTITUTO ABERJE DE PESQUISA
Professora de Pesquisa em Projetos Aplicados
FAAP – FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
Conselheira da ASBPM
ASSOCIAÇÃO SOCIEDADE BRASILEIRA DE PESQUISA DE MERCADO

Inscreva-se agora mesmo!

Telefone: (11) 3164-5600
Fax: (11) 3463-5610
E-mail: atendimento@iqpc.com
Website: www.iqpc.com/br/comunicacao

Local do Evento

Meliá Jardim Europa
Rua João Cachoeira, 107 – Itaim Bibi
São Paulo – SP | Cep: 04535-010
Tel.: 11-3702-9630 | Fax: 11-3702-9691

Desconto para Grupos

As informações que serão debatidas nesta conferência são tão cruciais ao sucesso dos seus negócios que a presença de todas as pessoas de seu time torna-se fundamental. Aproveite os descontos:

3 a 4 participantes 15% de desconto
5 ou mais 20% de desconto

Investimento

15% de desconto para inscrições e pagamento efetuados até **17 de outubro** de 2008!

	Até 17/10	Após 17/10
Conf + 3WS	R\$ 4.410,00	R\$ 4.880,00
Conf + 2WS	R\$ 3.730,00	R\$ 4.185,00
Conf + 1WS	R\$ 3.060,00	R\$ 3.490,00
Conferência	R\$ 2.795,00	
Workshop (cada)	R\$ 795,00	

Os valores contêm impostos que devem ser retidos e recolhidos pela fonte pagadora em conformidade com a legislação vigente (Lei 116/2003, art.5º da Lei 10.925/04 e art. 647 do RIR). Entre em contato com nossa Central de Atendimento, antes de efetuar o pagamento para obter detalhes do valor a ser pago.

Alteração do Programa - Possíveis mudanças no programa da conferência podem acontecer por motivos alheios ao IQPC. Em caso de impossibilidade de comparecimento por parte de algum palestrante, o IQPC fará tudo o que estiver ao seu alcance para substituí-lo por outro profissional qualificado a preferir sobre o assunto proposto. Entretanto, o IQPC não garante a substituição. Salientamos que disponibilizaremos ou não o material das apresentações, de acordo com a autorização de cada palestrante.

© 2008 IQPC. Todos os direitos reservados. O formato, diagramação, conteúdo e arranjo deste folheto constituem uma marca registrada do IQPC.

Potencialize novos negócios

Razões para você patrocinar este evento:

- O IQPC é líder mundial em organização de eventos para altos executivos. Este importante evento oferece uma oportunidade única de fazer *networking* e gerar novos negócios com os grandes *players* do mercado brasileiro.
- Público-alvo qualificado e em busca de soluções. A altíssima qualidade de conteúdo, com casos práticos de grandes empresas, atrai um público formado por tomadores de decisão em busca de soluções para suas empresas.
- Geração de novos negócios. Através de ações direcionadas de marketing, nossos patrocinadores conseguem gerar efetivos *leads*, potencializando novos negócios.
- Oportunidades flexíveis de patrocínio para atingir suas metas mais importantes, incluindo oportunidades de proferir palestra e workshops para demonstrar seu *know how* e expertise. Ligue para **Karina Zuccaro** no tel. **11 3164-5607** ou envie e-mail para patrocínio@iqpc.com.

Ficha de Inscrição

A B C D E F G

Comunicação Interna

- Conferência + Workshops A B C 12709.002/B/IK
 Conferência
 Workshops (cada) A B C

Nome _____
Cargo _____
Depto _____
E-Mail _____

- Envie-me informações sobre outros eventos relacionados/
Empresa (Nome Fantasia) _____

Ramos de atividade _____

Razão Social _____

Ramo de atividade _____

CNPJ _____

Inscrição Estadual _____

Número de funcionários 1-99 100-199 200-499 500-999 1000-1999 2000-4999 5000 +

Endereço _____

Cidade () _____ UF _____ CEP _____
Telefone () _____ Fax () _____

Contato _____

Cartão de Crédito

Amex N°: _____ Validade: _____

Visa N°: _____ Validade: _____

Mastercard N°: _____ Validade: _____

Diners N°: _____ Validade: _____

Boleto Bancário

Transferência Bancária: favor informar nossa central de atendimento

Dados para Cobrança/Envio Nota Fiscal

Nome _____

Cargo _____

E-Mail _____

Telefone () _____ Fax () _____

Endereço _____

International Quality & Productivity Center
R. Gomes de Carvalho, 1.666 - 7º andar
04547-006 São Paulo, SP

MALA DIRETA
POSTAL
7214515000-DR/SPM
IQPC

PARA USO DOS CORREIOS

IMIDOU-SE
RECURSADO
DESCOMPROVADO
FALTOU
AUSENTE
ENDEBRO INSUFICIENTE
OUTROS: _____

FECHAMENTO AUTORIZADO
PODE SER ABERTO PELA ECT

DEVOLUÇÃO
GARANTIDA

CORREIOS

Inscriva-se hoje pelo telefone 11 3164-5600
e-mail: atendimento@iqpc.com
ou online: www.iqpc.com/br/comunicacao

O pagamento deve ser efetuado antes do evento e incluir almoço, café, bebidas e material detalhado das palestras. Se o pagamento não for recebido até 2 semanas antes do evento o membro não será considerado para o evento. Para cancelamento recebido com prazo de até 17 dias antes do evento, você receberá 100% de crédito para seu próximo evento IQPC pelo período de um ano de data do cancelamento. Para cancelamento recebido com prazo de até 17 dias antes do evento, você receberá 100% de crédito para seu próximo evento IQPC pelo período de um ano de data do cancelamento. Para cancelamento recebido com prazo de até 17 dias antes do evento, você receberá 100% de crédito para seu próximo evento IQPC pelo período de um ano de data do cancelamento. Se você não puder participar do evento nesta ocasião, você poderá transferir o crédito para seu próximo evento IQPC pelo período de um ano de data do cancelamento. Não haverá reembolso para cancelamentos ou adiantamentos. O IQPC não é responsável por perder e danos causados por alteração, mudança, mudança de data, postergação ou cancelamento de um evento. O IQPC não irá assumir nenhuma responsabilidade se o evento for alterado, re-agendado, postergado ou cancelado devido a motivos de força maior não previstos ou qualquer outro acontecimento que torne a sua realização imprudente, ilegal, impraticável ou impossível. Estes motivos incluem, mas não estão limitados a: alterações governamentais, atos regulamentares, guerra ou ameaça de guerra, terrorismo ou ataque, de terrorismo, de sabotagem, de desastres, de acidentes, de suspensão e/ou restrições de transporte público ou qualquer outra emergência. Por favor, note que os palestrantes e tópicos deste evento foram confirmados no momento da publicação, entretanto, circunstâncias que fogem do controle da empresa organizadora podem levar a substituições, alterações ou cancelamentos de palestrantes e tópicos. Caso seja necessário, o IQPC se reserva o direito de alterar ou modificar os palestrantes e/ou tópicos anunciados. Qualquer substituição ou alteração será informada no momento que assim que possível.

management IQ
uma empresa do IQPC

recursos humanos IQ
uma empresa do IQPC

IQPC
International Quality & Productivity Center

2ª edição

Comunicação Interna 2008

25 a 27 de novembro de 2008 | Meliá Jardim Europa | São Paulo - SP



"Após o sucesso das edições no mundo, o IQPC traz com exclusividade a segunda edição brasileira da principal conferência sobre Comunicação Interna"

Workshops

- A** Construção de um plano de comunicação baseado em indicadores de performance
- B** Novas mídias – Wikis, blogs, web 2.0 – como ser mais efetivo na comunicação interna na era da tecnologia e colaboração
- C** Desenvolvendo métricas para garantir o retorno sobre investimentos em comunicação interna

Apoio:

ABRACOM
Associação Brasileira de Comunicação



20
NOVOS
CASOS
PRÁTICOS

Promova a comunicação interna orientada a resultados para gerar vantagem competitiva com estratégias alinhadas aos objetivos do negócio

Troque experiências com:

OI
REDECARD
EMBRAER
PHILIPS
IBM BRASIL
ATENIO
NEXTEL
MERC SHARP &
DOHME
HSBC
SANTANDER
ABERJE
VOITH SIEMENS
GRUPO TELEFÔNICA
TETRA PAK
GRUPO VOTORANTIM
ABRACOM
NATURA
ACCENTURE
SOCIEDADE BENEFICENTE ISRAELITA
BRASILEIRA ALBERT EINSTEIN
LOSANGO
WAL-MART
RENAULT

Inscriva-se pelo telefone: (11) 3164-5600 | e-mail: atendimento@iqpc.com | Site: www.iqpc.com/br/comunicacao