



Instituto Superior de Comunicação

Como montar e administrar uma assessoria de comunicação

Roteiro do curso

Plano de negócio

Conforme o curso progride, os alunos montam um plano de negócio e o sistema gera um documento no final, com todas as anotações.

Unidade 1 – Empreendedorismo

- :: O que é ser empreendedor
- :: Diferença entre administrar e empreender
- :: As principais características do empreendedor
- :: Vídeo sobre “ser empregado ou patrão”

Unidade 2 – Oportunidades de negócio

- :: Quem trabalha na comunicação corporativa
- :: Como liderar equipes multidisciplinares
- :: A luta por espaços entre jornalistas e relações públicas
- :: Histórico da comunicação corporativa no Brasil e no mundo
- :: Perfil atual das assessorias e agências de comunicação
- :: Vídeo sobre a atuação das agências

Unidade 3 – Estrutura e atividades

- :: Como é estruturada uma assessoria de comunicação
- :: Modelos de estruturação por tipo de serviço
- :: O arranjo físico do escritório
- :: Dicas para um escritório em casa
- :: Como criar uma rede de parceiros e fornecedores
- :: O enquadramento legal da empresa
- :: Tipos de sociedade (S/C, Ltda. e S/A)
- :: Como criar e registrar o nome da agência
- :: Atributos de uma marca de sucesso
- :: Roteiro para abrir a empresa

- :: Perfil dos profissionais que atuam no setor
- :: Tipos de serviços oferecidos pelas agências
- :: Vídeo com depoimentos sobre a abertura da empresa

Unidade 4 – Visão estratégica do negócio

- :: Como fazer um diagnóstico do ambiente interno e externo
- :: A influência da legislação, política e economia
- :: Os impactos das novas tecnologias
- :: Como compreender o ambiente sócio-cultural
- :: Estratégias para identificar oportunidades
- :: Como posicionar a agência no mercado
- :: Criação da missão, visão, valores e políticas

Unidade 5 – Conquista do mercado

- :: O composto de marketing na implementação
- :: Como devem ser formatados os serviços
- :: Técnicas para valorizar os serviços
- :: A formação de preços
- :: Formas de remuneração
- :: Parâmetros para substituir preço por valor

- :: Como estabelecer uma política comercial
- :: O que fazer para divulgar e promover a agência
- :: Como se preparar para uma negociação
- :: Formas vantajosas de negociar
- :: Código de ética da Abracom
- :: A importância de manter clientes

Unidade 6 – Plano econômico-financeiro

- :: Relação de impostos e taxas
- :: Opção pelo regime tributário
- :: Levantamento dos investimentos iniciais
- :: Determinação das despesas fixas, variáveis e de comercialização
- :: A previsão da receita operacional
- :: Demonstração dos resultados
- :: Apuração do retorno do investimento inicial e do ponto de equilíbrio