

### **Economia Circular: Responsabilidade Corporativa**

#### **Objetivos Gerais:**

Este curso permite obter conhecimentos de forma a tornar a organização competitiva. Uma das formas de ganhar relevância em contexto competitivo é através da imagem corporativa, o que pouco tem a ver com publicidade vista nos moldes clássicos. O objetivo deste curso é o de apresentar os desafios e a estratégia para uma economia empresarial circular que capacite os participantes para a promoção do valor da marca.

#### **Objetivos Específicos:**

No final deste Curso os participantes saberão:

- Conhecer, com detalhe, o enquadramento de contexto social, económico e ambiental dos atores económicos;
- Caracterizar e perceber os novos perfis de consumo;
- Justificar e desenvolver estratégias de marketing social.

#### **Destinatários:**

Este curso destina-se aos profissionais de áreas de diretivas em geral e em particular aos profissionais ligados à área de Marketing.

#### **Carga Horária:**

24 Horas

#### **Conteúdo Programático:**

##### **Módulo I – Enquadramento: novos desafios de contexto social**

- A banca e os novos desafios de sustentabilidade;
- A valorização para além do lucro;
- A Comunicação;
- A evolução dos perfis dos consumidores: os *millenials*.

##### **Módulo II – Da economia linear à economia circular**

- Definições;
- O porquê de uma economia circular;
- Benefícios e impactos.

### **Módulo III – Responsabilidade social corporativa**

- Definições;
- Visão, missão valores;
- Ética;
- Partes interessadas;
- Colaboradores;
- O triângulo da sustentabilidade;
- Do GRC (governance risk e compliance) para o GRACE (governance, risk, audit, compliance e etics);
- Apresentação de casos de estudo.

### **Módulo IV – Marketing Social**

- Definições e princípios base;
- Todo o marketing é social?;
- Enquadramento nas políticas de responsabilidade social e de sustentabilidade;
- Finalidades;
- Como implementar;
- Exemplos e comentários.