

FICHA DE OCUPAÇÃO		
EIXO: GESTÃO E NEGÓCIOS		
SEGMENTO: COMÉRCIO		
OCUPAÇÃO: PROFISSIONAL DE GESTÃO DA IMAGEM CORPORATIVA (ocupação não reconhecida) Família CBO: 1423 - Gerentes de comercialização, <i>marketing</i> e comunicação		
SUBORDINAÇÃO: Gestores e Analistas de <i>marketing</i> .		
NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: 4 ou 5		
FUNÇÕES PRINCIPAIS	PROSPECÇÃO TEMPORAL	INTER-RELAÇÕES FUNCIONAIS COM OUTRAS OCUPAÇÕES
Planejar, implementar, gerenciar e promover políticas de comunicação das organizações.	Longo prazo	Relação com funções estratégicas e gerenciais, de <i>marketing</i> e comercialização
Participar da definição dos objetivos de comunicação.	Longo prazo	
Realizar atividades de assessoria de imprensa.	Longo prazo	
Monitorar a imagem corporativa	Longo prazo	
Gerenciar crise da imagem corporativa.	Longo prazo	
Especificar e avaliar os resultados das políticas de comunicação interna e externa.	Longo prazo	
Aprovar campanhas de comunicação.	Longo prazo	
Gerenciar o alinhamento da comunicação na organização.	Longo prazo	
Fomentar o relacionamento e negociar com <i>stakeholders</i> .	Longo prazo	

Produzir peças comerciais que promovam a imagem corporativa da empresa.	Longo prazo	
Auxiliar o contato com as diversas mídias.	Longo prazo	
Contribuir na construção interna da imagem e identidade corporativas.	Longo prazo	
Monitorar as notícias publicadas nos diversos meios de comunicação, especialmente nas redes sociais sobre a marca, além das ações de divulgação externas da organização e participações de funcionários em eventos.	Longo prazo	
Conhecimentos/Temas de domínio		
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing 4Ps. • Construção da agenda anual de eventos comemorativos. • Comunicação oral e redação empresarial. • Mídias sociais. • Meios de comunicação. • Política de comunicação da organização. • Projetos de comunicação. • Gerenciamento de crise institucional. • Imagem corporativa. • Comportamento do consumidor. • <i>Media training</i>. • Relações públicas e assessoria de imprensa. • Responsabilidade socioambiental. • Comunicação empresarial: projetos, tecnologias, endomarketing. • Teorias da comunicação. 		
Mudanças nos fatores tecnológicos e organizativos		
Novas tecnologias da informação e comunicação.		
Infraestrutura para o desenvolvimento das funções		
Infraestrutura tecnológica que possibilite comunicação ágil e monitoramento de clientes e canais de comunicação internos e externos.		

Novas demandas do mundo do trabalho, que implicam incremento na formação profissional

Monitoramento das redes sociais.

Considerações sobre a ocupação

O grupo não identificou um profissional que respondesse apenas por essas funções. Somente uma empresa de grande porte que estava presente no fórum relatou ter um profissional que atua exclusivamente nessas funções. Em todas as demais empresas, as funções estão divididas e são executadas por gerentes e/ou diretores de *marketing* e comunicação. No caso de empresas de pequeno porte, o conhecimento do grupo é de que são os próprios sócios e os diretores que assumem essas funções. O grupo também acredita que esse profissional não é uma figura usual no mercado e sua atuação é demandada em situações críticas para a imagem da empresa.