LA IMAGEN COMO PRINCIPAL ACTIVO DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS.

Aproximación a un modelo de comunicación y gestión adaptado.

PROGRAMA

1- La imagen como principal activo de las empresas: aspectos teóricos.

2- Visiones teóricas sobre componentes básicos de la construcción de imagen empresarial: posicionamiento, comportamiento, conexiones emocionales, la fuerza de los comentarios.

3- Contexto de las Pymes en Uruguay y el mundo: gestión y resultados.

4- Las Pymes: marketing y comunicación.

5- Gestión de Imagen para pequeños negocios: objetivos, justificación.

6- Modelo Prisma de Gestión de Imagen: herramientas, esquematización, guía de trabajo.

RESÚMEN

El curso presenta una investigación realizada por el docente en Brasil, con la participación de más de 300 pequeñas empresas y con el apoyo del Sebrae (Servicio Brasileño de apoyo empresarial) que posibilitó la creación de un Modelo de Gestión de Imagen Empresarial en pequeños negocios. A partir del desarrollo estratégico del modelo y su comunicación, se pueden lograr resultados efectivos para el crecimiento del negocio sin realizar mayores inversiones, incrementando las ventas a corto plazo y logrando una sólida reputación a largo plazo.