



OBJETIVO

Brindar herramientas y modelos prácticos para la implementación en las organizaciones de estrategias de reputación idóneas, las cuales agreguen valor como activo fundamental. De la misma manera, reforzar el conocimiento en torno a la reputación corporativa como eje estratégico, su gestión en el contexto empresarial y la visión transversal en las empresas e instituciones.

TEMAS ABORDADOS

- Gestión de la reputación como oferta de valor
- Atributos y variables de aplicación
- Cómo la medimos
- Indicadores de gestión en la dirección de comunicaciones
- Cómo la protegemos ante riesgos
- El perfil reputacional de un líder
- La RSC como factor sostenible de reputación
- Influencia en los activos de la organización
- Casos de las primeras empresas más reputadas en el mundo y en el país.

DIRIGIDO A

Gerentes y directores de comunicación, encargados de asuntos públicos, consultores en comunicación, gerentes generales, gerentes de mercadeo y ventas, y profesionales expertos en el manejo de la comunicación corporativa de las principales empresas e instituciones del país.

METODOLOGÍA

- Charlas dinámicas e interactivas con ejemplos de gestión.
- Explicación de metodologías y procesos.
- Descripción de herramientas aplicables.
- Exposición de casos de éxito.
- Sesión de preguntas abiertas a expositores.

PROGRAMA

7:00 a.m.- 7:45 a.m.	INSCRIPCIONES Y CAFÉ DE BIENVENIDA
8:00 a.m. – 9:30 a.m.	La Reputación: Indicador de Valor en las Empresas. William Pullen. Director del REPUTATION INSTITUTE en Chile y directivo para América Latina del mismo instituto.
9:30 a.m. – 10: 30 a.m.	Cómo Medir la Gestión de la Reputación. Indicadores. Arturo Torregrosa Experto en medición y dirección estratégica.
10:30 a.m. – 11:00 a.m.	COFFEE BREAK
11:00 a.m. – 12: 00 m.	La Gestión Idónea de la Reputación desde un Departamento de Comunicaciones. Lina María Echeverri Vicepresidente de Relaciones Institucionales de Telefónica Colombia
12: 00 a.m. – 1: 00 p.m.	Cómo Proteger la Reputación en Situaciones de Riesgo y Crisis Luis Parra M. Experto en el manejo de riesgos y crisis reputacionales .
1:00 a.m. 2:00 p.m.	ALMUERZO
2:00 p.m.- 3: 15 p.m.	Construcción del Perfil Reputacional de un Líder. Invitado Especial.
3:15 p.m. – 4:15 p.m.	El Valor Agregado de la Responsabilidad Social a la Reputación. Helena Balcazar Experta en innovación de estrategias de R.S.C.
4: 15 p.m. – 4: 30 p.m.	COFFEE BREAK

4.30 p.m. – 5: 30 p.m.	Casos de Éxito
	<p>TOYOTA. Empresa más Reputada del mundo según FORBES y el REPUTATION INSTITUTE</p> <p>ECOPETROL. Empresa más Reputada de Colombia según MERCO</p> <p>BAVARIA. Tercera empresa más Reputada de Colombia según MERCO</p>
5:30 p.m.	CLAUSURA

CONFERENCISTAS

WILLIAM PULLEN

Director del Reputation Institute en Chile y directivo para América Latina del mismo instituto. MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez y experto en Liderazgo Estratégico de la Universidad Finis Terrae. Ingeniero comercial de la Universidad Diego Portales de Santiago de Chile, ha desarrollado modelos de gestión de reputación para prestigiosas empresas en América Latina. Especialista en investigación, desarrollo de metodologías y consultorías para medir la reputación corporativa. Ponente internacional sobre el tema y docente del mismo, en las principales facultades de Chile. Es columnista del diario "La Segunda".

LINA MARÍA ECHEVERRY

Master y PhD en Economía de la Universidad de Georgia, ingeniera Electrónica de la Universidad Pontificia Bolivariana. Actualmente es Vicepresidente de Relaciones Institucionales del Grupo Telefónica en Colombia y tiene bajo su responsabilidad el relacionamiento externo de las empresas y la ejecución de estrategias de responsabilidad corporativa que faciliten a las compañías a operar en un entorno de sostenibilidad económica, social y ambiental. Lidera la Fundación Telefónica encargada de canalizar la acción social del grupo.

LUIS PARRA M.

Experto en Direccionamiento Estratégico de la Reputación en Situaciones de Riesgo y Crisis. Master en Gerencia de la Comunicación Corporativa y Comunicador Social. Consultor especialista en protección de marca y reputación. Diseñó e implementó, en equipo con las empresas, los Sistemas de Gestión de Riesgos Corporativos del Grupo Bancolombia, Emgesa, Grupo Nacional de Chocolates, Tampa Cargo, Ecopetrol, Organización Terpel, Promigas, Organización Frisby S.A, entre otros.

Actualmente es Director General de la agencia Grupo Holística en Colombia y Ecuador y directivo de CILA, la primera Red Latinoamericana de Consultores en Comunicación Estratégica.

Información General

FECHA: Jueves 23 de octubre de 2008. 8:00 a.m. a 5:30 p.m.

LUGAR: Centro de convenciones. HOTEL COSMOS 100.

VALOR DE LA INVERSIÓN: \$890.000 IVA Incluido.

FORMAS DE PAGO:

- Efectivo.

-Tarjetas de crédito MASTER CARD, VISA , CREDENCIAL Y AMERICAN EXPRESS..

-Consignación cuenta BANCOLOMBIA 70242728130 a nombre de GRUPO HOLÍSTICA LTDA.

INSCRIPCIONES: www.grupoholistica.com - 2561860

INFORMACIÓN: 2561860 – 5208373.

Para Inscribirse haga clic [aquí](#).

