

0366 - Plano de marketing

Modalidade de Formação: Formação Modular Certificada

Forma de Organização: Formação em Sala

Carga Horária: 50 horas

Destinatários

Adultos ativos (empregados ou desempregados) com idade igual ou superior a 18 anos que necessitam desta formação para o exercício das respetivas funções e/ou requalificação profissional.

Enquadramento

As formações modulares, integradas no âmbito da formação contínua de ativos, dão a possibilidade aos adultos de adquirir mais competências escolares e profissionais, com vista a uma (re) inserção ou progressão no mercado de trabalho e/ou adaptação aos processos de melhoria organizacional.

Objetivos

Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um plano de marketing.
Elaborar planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento.

Conteúdos

Icebreak de apresentação

Plano de *marketing* - necessidades e princípios

Principais necessidades de um plano de *marketing*

- Avaliar a situação do mercado e do meio
- Avaliar a competitividade da empresa e seus princípios
- Planificar os objetivos e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações corretivas

Operacionalização do plano de *marketing*

Etapas do desenvolvimento do plano operacional de *marketing*

- Etapa 1 - análise da situação interna e externa
- Situação do negócio
- Atuação da empresa
- Análise da concorrência
- Análise SWOT
- Etapa 2 - definição dos objetivos do plano
- Etapa 3 - definição da estratégia de *marketing mix*
- Etapa 4 - afetação de recursos para a operacionalização do plano
- Etapa 5 - estabelecimento do plano de ação
- Etapa 6 - concretização do plano de ação
- Etapa 7 - controlo das ações desencadeadas

Avaliação e encerramento

Avaliação: Qualitativa - Formativa e Sumativa

Metodologias: Método expositivo, participativo, trabalho prático

Regime de Assiduidade: As faltas não podem exceder 10% do total das horas de formação