

A Caixa de Ferramentas da Estratégia e do Planeamento de Marketing

Objetivos Gerais

No atual panorama competitivo, com tendência a tornar-se cada vez mais 'agressivo', as organizações que desenvolverem estratégias focadas no Mercado, implementando-as para beneficiar todas as partes envolvidas, serão as mais bem-sucedidas. Este Curso permitirá uma análise de 'boas' e 'más' estratégias ou 'oportunidades falhadas', bem como, o fornecimento de ferramentas para definir estratégias bem-sucedidas.

Este Curso pretende dotar os participantes de competências para analisar e explorar os processos inerentes ao desenvolvimento de Estratégias de Marketing, permitindo aos participantes conceber verdadeiros Planos de Marketing ao longo da formação.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes ficarão aptos a:

- Analisar e conceber um processo regular de auditoria de marketing;
- Formar uma visão de alternativas estratégicas e selecionar as melhores opções para a organização;
- Fazer a revisão da estratégia e desenvolver estruturas cooperativas;
- Criar sistemas de controlo para monitorizar sucessos e fracassos.

Destinatários

Profissionais que necessitem aplicar estratégias de Marketing ou de planificar atividades. Profissionais sem formação conceptual e sistémica sobre Marketing mas que trabalhem na área. Gestores que precisem de perceber áreas críticas de sucesso para a organização ou que sejam responsáveis por equipas desta área.

Carga Horária

24 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I - Processo Regular de Auditoria de Marketing

- Exercícios práticos e role plays

Módulo II – Estratégias de Marketing - Desenvolvimento

- Exercícios práticos e role plays

Módulo III – Sistemas de Controlo para Monitorização

- Exercícios práticos e role plays