

## Como Desenvolver o Plano Promocional da Empresa

### Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências e conhecimentos necessários a que consigam desenvolver eficazmente um Plano Promocional para a sua Empresa.

### Objetivos Específicos

No fim deste Curso os participantes saberão:

- Definir os papéis das várias ferramentas que compõem o mix do P-promotion;
- Saber interligar as diversas ferramentas da Comunicação com os objetivos do Marketing-Mix;
- Explicar como as campanhas promocionais são desenvolvidas e implementadas.

### Destinatários

Este Curso destina-se aos profissionais com responsabilidades ao nível do Marketing e do Negócio, nomeadamente:

- Quadros médios e superiores da área de Marketing;
- Gestores de Produto;
- Gestores de Negócio.

### Carga Horária

18 horas

### Conteúdo

- 1. A estratégia de marketing**
  - O Mix da Comunicação;
  - Comunicação Bellow the line;
  - Comunicação Above the line.
- 2. O plano promocional**
  - Objetivos quantitativos e qualitativos;
  - Objetivos por variáveis do Marketing-Mix;
  - Orçamento.
- 3. Plano de acção**
  - Descrição e Calendarização das ações;
  - Resumo Financeiro.
- 4. Controlo**
  - Financeiro;
  - Vendas;
  - Comunicação.
- 5. Exemplos e análise de casos**