

Gestão do Pricing

Objetivos Gerais

O Preço é uma das ferramentas mais poderosas que os gestores têm disponíveis para maximizar os lucros e o valor das suas empresas. Este Curso visa dotar os participantes de competências que lhes permitam identificar as Estratégias de Preços e as táticas mais adequadas a utilizar para a melhoria dos lucros da sua Empresa.

Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos serão capazes de:

- Identificar e caracterizar o papel do preço do Marketing-Mix de um produto;
- Explicar as variações da elasticidade da procura;
- Enumerar todos os fatores da sensibilidade dos consumidores ao preço;
- Compreender a importância da intervenção do Estado na definição de políticas de preços;
- Identificar os métodos de determinação do preço;
- Definir as políticas de fixação de preço de um produto novo;
- Fundamentar as políticas de fixação de preço de um novo produto.

Destinatários

Este Curso destina-se a profissionais que pretendam aprofundar os seus conhecimentos na Definição da Estratégia de Preço.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I - O Preço no Marketing-Mix

Módulo II - O Preço como Variável Estratégica

Módulo III - A Intervenção do Estado e os Tipos de Preços

Módulo IV - Métodos de Determinação do Preço

- Custo;
- Procura;
- Concorrência.

Módulo V - A Sensibilidade do Consumidor Face ao Preço

Módulo VI - Políticas de Preço

- A política de desnatação;
- A política de penetração.