

Diagnóstico de Marketing – Melhorar a Eficiência da Função Marketing

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de competências, conhecimentos, técnicas e metodologias que lhes permitam fazer Diagnósticos de Marketing eficazes.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Aplicar as ferramentas e instrumentos de diagnóstico que permitem apreciar o desempenho da função Marketing numa empresa;
- Analisar de uma forma detalhada o que são estas ferramentas, quando devem ser aplicadas, quem as deve aplicar e como se utilizam aplicadas à função Marketing na empresa;
- Desenvolver casos práticos para apoiar a sua correta aplicação, ajudar a função Marketing a tomar melhores decisões, a melhorar a eficiência da sua tarefa e a aumentar a eficácia na obtenção de resultados.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais de Marketing com responsabilidades ao nível da sua aplicação, nomeadamente: Gestores e Diretores de Marketing; Quadros Superiores de Marketing; Gestores de Produto.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I - O Diagnóstico de Marketing

- Porquê?
- O quê?
- Como?

Módulo II - Conceitos e Ferramentas de Apoio à Tomada de Decisão Aplicadas ao Marketing

Módulo III - O Marketing Estratégico e a sua Evolução

- A caracterização genérica da empresa;
- A análise interna da empresa. Síntese dos pontos fortes e pontos fracos;
- A análise externa da empresa. Síntese das ameaças e das oportunidades.

Módulo IV - O Marketing Operacional ou Marketing-Mix

- A política de produtos;
- A política de preços;
- A política de promoção;
- A política de distribuição.

Módulo V - A Programação e o Controlo das Vendas

Módulo VI - A Força de Vendas

Módulo VII - O Plano de Ação e Medidas a Tomar

Módulo VIII - O Controlo de Gestão em Marketing

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.