

Gestão De Marketing

Objetivos Gerais

«O Marketing é um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, da oferta e da troca de produtos com valor agregado entre iguais».

Philip Kotler

Este Curso pretende dotar os participantes de competências, conhecimentos e ainda sobre a importância do marketing e da sua aplicação nas empresas. É dirigido a profissionais que necessitam de aumentar competências na área do Marketing com forte enfoque na Gestão das Marcas. O curso está desenhado com métodos e técnicas que permitirão melhorar o desempenho das estratégias e técnicas de marketing com impacto direto no resultado das marcas envolvidas.

Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos ficarão aptos a formular, planear e programar metas e indicadores de Marketing Estratégico e Ações de Marca - competências essenciais para uma função em Marketing Estratégico.

Destinatários

A todos os profissionais que necessitem adquirir e aplicar conhecimentos práticos de Marketing Estratégico e Gestão de Marcas.

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

30 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I – Gestão de Marketing

- Conceitos de Gestão de Marketing
- O Marketing 3.0
- O Marketing cria valor
- Objetivos e prioridades
- Segmentação, Posicionamento e Marca
- Análise SWOT
- As vendas

Módulo II – Marketing Estratégico

- O planeamento e o controlo de Marketing
- O Modelo de Negócio
- Customer Relation Management (CRM)
- Análise e Marketing Research
- Customer Analytics
- Key Performance Indicators (KPI)
- A elaboração da estratégia de Marketing

Módulo III – Gestão de Marcas

- A Marca
- Identidade e Posicionamento da Marca
- Estratégia das Marcas
- Comunicação e Estratégia
- Orientação e Comunicação da Marca
- Ativação da marca
- Social Media Marketing
- Branding engagement
- A elaboração da estratégia da Marca

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.