

Marketing Ambiental, Uma Ferramenta para Educar e Sensibilizar

Objetivos Gerais

A aposta por parte das empresas em estratégias de proteção ambiental, integradas nas estratégias globais de marketing e comunicação, que se traduzem na adoção de políticas e processos organizativos assentes numa cultura de sustentabilidade, poderá ser uma oportunidade para reduzir custos através da poupança de matéria-prima, eficiência na produção e tratamento de resíduos e para melhorar a imagem. Tal traduzir-se-á no aumento do valor da empresa, mantendo a competitividade e aproveitando a preferência dos consumidores pelo “verde”, o que possibilitará a longo prazo ganhar credibilidade e aproveitar as oportunidades que este novo mercado apresenta

Objetivos Específicos

Este Curso pretende dotar os participantes das seguintes competências:

- Abordar o Marketing como uma ferramenta de carácter ambiental no âmbito da sensibilização e comunicação;
- Identificar Estratégias do Marketing Ambiental.

Destinatários

Todos aqueles que pretendam adquirir formação inicial sobre a implementação de um sistema de Gestão Ambiental.

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

12 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I – Visão Sustentável dos Negócios

- Histórico da Exploração do Meio Ambiente
- Responsabilidade Ambiental e Social das Empresas e das Pessoas Marketing Tradicional, Marketing Social e Marketing Verde

- Importância dos Selos Ambientais no Marketing Verde das Empresas

Módulo II – Estratégia de Marketing para Produtos Verdes

- Modelo de Marketing Ambiental
- Mercado Verde
- Segmentação, Público-alvo e Posicionamento de Mercado para Produtos Verdes

Módulo III – Mix de Marketing para Produtos Verdes

- Produto Verde
- Preço do Produto Verde
- Promoção do Produto Verde
- Distribuição do Produto Verde

Módulo IV – Marketing Verde no Século XXI

- Desafios para o Marketing Verde
- Oportunidades e perspectivas para o Marketing Verde

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.