

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**