

Diagnóstico de Marketing – Melhorar a Eficiência da Função Marketing

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências, conhecimentos, técnicas e metodologias que lhes permitam fazer diagnósticos de Marketing eficazes.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

1. Aplicar as ferramentas e instrumentos de diagnóstico que permitem apreciar o desempenho da função Marketing numa empresa;
2. 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;
3. 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:

1. Gestores e Diretores de Marketing;
2. Quadros Superiores de Marketing;
3. Gestores de Produto.

Carga Horária

18 horas

Conteúdos

1. O diagnóstico de marketing

- Porquê?
- O quê?
- Como?

2. Conceitos e ferramentas de apoio à tomada de decisão aplicadas ao marketing

3. O marketing estratégico e 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.

4. O marketing operacional ou marketing-mix

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

5. A programação e o controlo das vendas

6. A força de vendas

7. O plano de acção e medidas a tomar

8. O controlo de gestão em marketing