

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.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdos

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