

Curso FEXB2B - Marketing - Business to Business (Prático)

21,00 Horas

Introdução

Os “Cursos de Formação para Executivos, promovidos pela Actual Training, têm por finalidade responder a necessidades específicas de formação na área da gestão.

Uma parte da actividade comercial, em qualquer economia, apoia-se nas transacções entre organizações, cujo mercado denominamos de “mercado industrial”. Definimos esta orientação do Marketing como a que integra todos os níveis da “cadeia industrial” e todos os aspectos do seu funcionamento, de modo a que a empresa possa responder melhor que a concorrência às necessidades do cliente final.

A adaptação às especificidades do cliente/organização permitiu desenvolver uma área especializada do marketing que denominamos de Marketing - Business to Business. Apesar deste conceito de Marketing (Business to Business) estar ligado aos negócios entre empresas, não poderemos deixar de abordar a relação entre o industrial (final da fileira) e o seu cliente directo (distribuidor), como forma de garantir resultados.

Na construção deste curso de Marketing - Business to Business, a Actual Training, teve a preocupação de estruturar os temas de modo consistente e com um número de horas que permitem uma formação teórica e prática consistente (apoiada em exercícios), para que os formandos possam utilizar os novos conhecimentos nas suas empresas.

Público-alvo

São destinatários deste curso de Marketing - Business to Business, gestores e quadros superiores de empresas industriais, ou de empresas que tenham negócios com empresas industriais.

Quando completar o curso

O participante deverá estar:

- Familiarizado com modelos e métodos de avaliação de segmentos para o mercado industrial (Business to Business);
- Identificado com a abordagem estratégica, através da utilização de instrumentos de análise, que permitam identificar as melhores orientações para a empresa.
- Capacitado para desenvolver modelos de abordagem para o mercado industrial, que tem particularidades bastantes distintas das restantes especialidades de mercado (marketing mix);
- Através da utilização de casos práticos, habilitado a desenvolver, capacidades objectivas de abordagem dos mercados.

Pré-requisitos

Alguns conhecimentos em Gestão

Exames

(não existem exames)

Conteúdo em detalhe

1. Breve introdução ao Marketing ao Marketing Industrial

- Principais conceitos e objectivos

2. O Contexto Industrial e o Marketing

- A cultura industrial e o Marketing
- As cadeias industriais e o seu funcionamento

3. Planeamento Estratégico de Marketing

- Análise de Marketing na indústria

Análise económica

O mercado industrial

A concorrência

Cadeias industriais e circuitos de distribuição

Métodos de análise adequados à indústria

- Análise SWOT

Identificação dos factores críticos de sucesso de apoio à segmentação

- Segmentação de mercados industriais

A procura do mercado de referência

- Mercado alvo e Posicionamento

Método de avaliação de segmentos de mercado vs vantagem concorrencial

- Estratégias de produtos industriais

Estratégias mais comuns em economia industrial

Estratégias orientadas para a economia de mercado (marketing)

4. Planeamento de Marketing Operacional

- O Produto industrial

O produto industrial



A gestão da carteira de produtos;

A gestão da qualidade e optimização dos custos (Modelo Taguchi).

- As decisões de Preço

Importância das decisões de preço;

Elementos para a definição do preço (modelos);

Casos práticos.

- As decisões de Promoção

Modelos de comunicação para o mercado industrial;

O papel das vendas

- As decisões de Distribuição

O “Just-in-Time” e “Production Sharing” na gestão das relações entre fornecedores/produção/clientes;

A distribuição física;

5. Estudo de caso de uma empresa industrial.

- Caso prático

Planeamento estratégico;

Avaliação de estratégias com a utilização de modelo específico.