

Curso FEXME - Marketing Empresarial (Para não Especialistas de Marketing)

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.

Este curso de Marketing Empresarial (para não especialistas de Marketing) tem por objectivo melhorar os conhecimentos teóricos e técnicos de profissionais que, na sua actividade, têm de tomar decisões que envolvem os mercados. Os conhecimentos em marketing, permitem uma abordagem consistente, onde se realça uma visão orientada para os comportamentos do mercado/cliente. Esta abordagem comportamental, através do marketing, permite atingir, entre outros aspectos, um dos principais objectivos das empresas: a fidelização dos seus clientes.

Na construção deste curso de Marketing Empresarial 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, quadros actuais e futuros de empresas, quer estejam ou não, associados directamente a questões de mercado.

Na realidade, este curso de Marketing Empresarial (para não especialistas de marketing) destina-se a todos os quadros de empresas.

Quando completar o curso

O participante deverá estar:

- Capacitado para reflectir sobre as problemáticas associadas à gestão estratégica e operacional do Marketing, onde se enquadra o MIX de Marketing;
- Preparado para desenvolver competências na área da pesquisa em Marketing (Marketing Research) que ajudem a perceber o mercado e o comportamento dos clientes, assim como toda a sua envolvente;
- Identificado com as técnicas que permitam operacionalizar acções de mercado, associadas ao MIX de marketing.

Pré-requisitos

Alguns conhecimentos em Gestão.

Exames

(não existem exames)

Conteúdo em detalhe

1. Conceitos

Orientação do negócio para o mercado

Conceitos de marketing

Factor crítico de sucesso

Compreender o comportamento de mercado do consumidor

2. Estratégia de Marketing

Segmentação do mercado

Targeting (selecção de mercados-alvo)

Posicionamento competitivo

3. Marketing-mix integrado

Produto e inovação

Políticas de produto e da marca

Desenvolvimento de novos produtos

Serviços: especificidade e contributo para a diferenciação da oferta

Pricing

Estratégias preço/qualidade

Definição da política de preços

Métodos de pricing

Distribuição

Seleção e gestão de canais de marketing

Avaliação de oportunidades de franchising

Comércio retalhista: localização e layout

Comunicação com o mercado

Publicidade, promoção de vendas, relações públicas e venda pessoal

Comunicação via Web

4. Plano de marketing