



PLANO DE MARKETING

OBJETIVOS:

- Pretende-se que os formandos, no final da ação, sejam capazes de:
 - Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um plano de marketing;
 - Elaborar planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento.

DESTINATÁRIOS:

- Técnicos e gestores de Marketing;
- Gestores de Produtos, Serviços.
- Responsáveis de empresas;
- Empregados na área de Marketing;
- Desempregados que pretendem trabalhar em departamentos de marketing.

PROGRAMA:

- Principais necessidades num plano de marketing:
 - Avaliar a situação do mercado e do meio;
 - Avaliar a competitividade da empresa e os seus princípios;
 - Planificar os objetivos e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações correctivas;
- Etapas do desenvolvimento do plano operacional de marketing:
 - Etapa 1 - análise da situação interna/externa;
 - Etapa 2 - definição dos objetivos do plano;
 - Etapa 3 - estratégia de marketing mix;
 - Etapa 4 - afetação de recursos para a operacionalização do plano;
 - Etapa 5 - estabelecimento do plano de acção;
 - Etapa 6 - concretização do plano de acção;
 - Etapa 7 - controlo das ações desencadeadas.

REQUISITOS:

- Residentes na **Área Metropolitana de Lisboa**
- **Empregados:** Habilitações mínimas - 9º ano
- **Desempregados:** Habilitações mínimas - 12º ano

CERTIFICADO:

No final da formação os participantes receberão um **Certificado de Formação** emitido pela **plataforma SIGO**, caso tenha obtido aproveitamento no curso - **classificação positiva** e uma **participação de pelo menos 90% da duração da formação**.

CRONOGRAMA:

Veja o horário através de www.c4g.pt/formacao/lisboa/

PLATAFORMA E-LEARNING:

Aceda aqui à plataforma <http://elearning.c4g.pt/>