

Como Criar um Plano de Marketing

Objetivos Gerais

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos na elaboração de um plano de marketing para sustentar a estratégia de negócio de uma empresa ou projeto, identificando os aspetos fundamentais na sua implementação e a análise dos resultados, numa perspetiva eminentemente prática.

Objetivos Específicos

No final do Curso os participantes estarão aptos a:

- Compreender o Conceito e a Importância de um Plano de Marketing;
- Identificar e Compreender as Fases de um Plano de Marketing;
- Criar um Plano de Marketing;
- Implementar e motorizar as Ações e os resultados.

Destinatários

Todos os profissionais da área do Marketing e Comunicação que pretendam compreender, rentabilizar ou integrar, na sua estratégia de desenvolvimento, as especificidades do digital e das novas tecnologias, bem como a todos os profissionais (sem formação específica em Marketing) interessados em obter conhecimentos sobre Marketing Digital: empresários, gestores, gestores de conteúdos, técnicos de Comunicação e Marketing, consultores e assessores de comunicação, e outros profissionais que atuam na área de Marketing, Comunicação e Publicidade.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

18 horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I – Enquadramento

- Conceitos Fundamentais de Marketing;
- O que é um Plano Estratégico de Marketing;
- Importância;
- Etapas;

Módulo II – Diagnóstico

- Empresa;
- Mercado;
- Concorrência;
- Fatores PESTA;
- Matriz SWOT;

Módulo III – Estratégia

- A Importância das Métricas e das KPI'S para Medir o Sucesso;
- Definição de Objetivos de Marketing e Vendas;
- Mercado Alvo: Segmentação e Diferenciação;
- Posicionamento;
- Marketing-Mix;

Módulo IV – Criar um Plano de Comunicação On-line

- Definição das Ações;
- Planeamento e Orçamentação;
- Análise de Resultados e Principais KPI's;

Módulo V – Elaboração de um Plano de Marketing

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.