

A Caixa de Ferramentas da Estratégia e do Planeamento de Marketing

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências, analisar e explorar os processos inerentes ao desenvolvimento de estratégias de marketing, permitindo aos participantes conceber verdadeiros Planos de Marketing ao longo da formação.

No actual panorama competitivo, com tendência a tornar-se cada vez mais 'agressivo', as organizações que desenvolverem estratégias focadas no Mercado, implementando-as para beneficiar todas as partes envolvidas, serão as mais bem-sucedidas. Este curso permitirá uma análise de 'boas' e 'más' estratégias ou 'oportunidades falhadas', bem como fornecerá ferramentas para definir estratégias bem-sucedidas.

Destinatários

Profissionais do marketing. Pessoas que necessitam de aplicar estratégias de marketing ou de planificação de atividades. Profissionais sem formação conceptual e sistémica sobre marketing mas que trabalhem na área. Gestores que precisam de perceber áreas críticas de sucesso para a organização ou que são responsáveis por equipas desta área.

Carga Horária

24 horas

CONTEÚDOS

- Módulo I - Analisar e conceber e um processo regular de auditoria de marketing**
 - Exercícios práticos e role plays;
- Módulo II - Formar uma visão de alternativas estratégicas e selecionar as melhores opções para a organização**
 - Exercícios práticos e role plays;
- Módulo III - Rever a estratégia e desenvolver estruturas cooperativas**
 - Exercícios práticos e role plays;
- Módulo IV- Criar sistemas de controlo para monitorizar sucessos e fracassos**
 - Exercícios práticos e role plays.