

Módulo: Plano de Marketing

Carga Horária: 50 horas

Objetivos

- Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um plano de marketing.
- Elaborar planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento.

Conteúdos

- Plano de marketing - necessidades e princípios;
- Principais necessidades de um plano de marketing:
 - Avaliar a situação do mercado e do meio;
 - Avaliar a competitividade da empresa e seus princípios;
 - Planificar os objetivos e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações corretivas;
- Operacionalização do plano de marketing;
- Etapas do desenvolvimento do plano operacional de marketing:
 - Etapa 1 - análise da situação interna e externa;
 - Situação do negócio;
 - Actuação da empresa;
 - Análise da concorrência;
 - Análise SWOT;
 - Etapa 2 - definição dos objectivos do plano;
 - Etapa 3 - definição da 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 acções desencadeadas.