

## **Módulo: Introdução à Gestão Comercial e Marketing**

Carga Horária: 25 horas

### Objetivos

- Explicar a filosofia do marketing.
- Identificar os conceitos de marketing.
- Distinguir o marketing estratégico do marketing operacional.
- Interpretar alguns factores explicativos da compra, através dos aspectos comportamentais do consumidor.
- Caracterizar as etapas evolutivas do marketing.
- Explicar a importância dos estudos do mercado.
- Descrever os elementos mais relevantes para o desenvolvimento do plano de marketing.

### Conteúdos

- O marketing;
- Conceitos gerais;
- Conceitos especificamente utilizados na definição de marketing;
- Etapas evolutivas do marketing;
- Marketing estratégico e operacional;
- Factores explicativos da compra/comportamento do consumidor;
- Lealdade do consumidor;
- Imagem da marca;
- Personalidade da marca;
- Referenciais da gestão de marketing;
- O mercado: ponto de partida e de chegada do marketing;
- A dinâmica concorrencial: ponto de encontro do marketing;

- A visão da empresa/empresário: ponto crítico do marketing;
- Estudos de mercado;
- Métodos do marketing;
- O sistema de informação em marketing;
- Formas de intervenção no mercado;
- As técnicas de marketing;
- O plano de marketing.