

Módulo: Marketing ao Serviço dos Transportes

Carga Horária: 25 horas

Objetivos

- Caracterizar um serviço de transporte.
- Caracterizar o marketing dos transportes.
- Reconhecer a prática de marketing na empresa transportadora.
- Explicar a forma como o mercado pode ser estruturado.
- Distinguir a acção comercial.
- Identificar novas variáveis do marketing-mix nas empresas transportadoras.

Conteúdos

- As características de um serviço de transporte;
- Especificidade do marketing dos transportes;
- A prática de marketing na empresa transportadora;
- A procura;
- A construção da oferta;
- A imaterialidade da oferta;
- O contexto (Concorrentes, poderes públicos, meios disponíveis, estratégia, optimização dos resultados);
- A estrutura do mercado;
- A acção comercial;
- O processo de informação;
- O papel do vendedor;
- A imagem;
- Modelos de venda;
- O seguimento do cliente;

- Variáveis a integrar no marketing-mix da empresa transportadora;
- marketing interno;
- marketing interativo;