

Módulo: Políticas de Marketing-Mix

Carga Horária: 25 horas

Objetivos

- Explicar a filosofia do marketing.
- Caracterizar a abordagem do produto, na perspectiva do marketing.
- Identificar o ciclo de vida dos produtos, em distintas conjunturas.
- Diferenciar a gama da linha do produto.
- Enumerar as diferentes variáveis, determinantes na política de fixação do preço de venda.
- Caracterizar os circuitos da distribuição em marketing.
- Identificar as novas formas de distribuição.
- Caracterizar as políticas globais de comunicação nas organizações.
- Analisar o mix da comunicação em marketing.

Conteúdos

- A política de produto;
- A abordagem de marketing;
- O mix do produto (marca e design);
- O ciclo de vida dos produtos;
- A gama;
- A inovação;
- A difusão de novos produtos;
- A política de preço;
- A determinação do preço de venda;
- A procura e os preços;
- A política de distribuição;

- Os circuitos de distribuição;
- O franchising;
- Novas formas de distribuição;
- A política da comunicação;
- Política global de comunicação;
- O mix da comunicação.