

## **Módulo: Planeamento e Implementação de Atividades Promocionais, de Marketing e Vendas para Exposições e Feiras**

Carga Horária: 25 horas

### Objetivos

- Identificar o processo de marketing e venda de exposições e feiras, incluindo a estratégia e o marketing mix.
- Analisar o mercado de exposições e feiras.
- Produzir, implementar e monitorizar um plano de vendas de exposições e feiras.
- Gerir a concepção, desenvolvimento e avaliar as actividades e materiais promocionais de exposições e feiras.

### Conteúdos

- Overview;
- Introdução ao processo de marketing, promoção e vendas, as suas interligações e impactos mútuos;
- Características especiais deste processo no contexto das exposições e feiras:
  - Expositores;
  - Visitantes.
- Marketing mix de exposições e feiras;
- Qual o impacto e influência da estratégia de marketing no processo de marketing, promoção e vendas;
- Análise de mercado;
- Análise interna;
- Análise externa;
- Actividades de concorrência:
  - Tendências de mercado;

- Necessidades e interesses dos consumidores;
- Análise de PEST.
  - Utilização da análise de mercado para identificar ameaças e oportunidades;
  - Gestão de planos de vendas;
  - Informação necessária para elaborar um plano de vendas;
  - Como definir e utilizar:
    - Objectivos de venda;
    - Metas de venda;
    - Previsões de venda.
      - Como avaliar as actividades de venda e os impactos sobre elas;
      - Monitorização da eficácia do plano de vendas e modificação das actividades através:
        - Do desempenho da equipa de vendas;
        - Do impacto das actividades de venda;
        - Da importância da modificação para melhorar a eficácia.
          - Como avaliar o sucesso de planos de vendas:
            - Definir critérios de sucesso adequados;
            - Recolher e analisar dados adequados;
            - Fazer comparações.
              - Elaboração de planos promocionais;
              - Informação e recursos necessários para desenvolver um plano promocional;
              - Design e desenvolvimento de materiais promocionais;
              - Desenvolvimento e calendarização de actividades promocionais;
              - Implementação de planos promocionais para tirar o máximo partido dos recursos;
              - Avaliação do impacto e sucesso de planos promocionais.