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 marketin;

• Etapas do desenvolvimento do plano operacional de marketing:

- Etapa 1 - análise da situação interna e externa;

- Situação do negócio;

- Atuação da empresa;

- Análise da concorrência;

- Análise SWOT;

- Etapa 2 - definição dos objetivos 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 ação;

- Etapa 6 - concretização do plano de ação;

- Etapa 7 - controlo das ações desencadeadas.