

### **Ameaças e Desafios ao Negócio Tradicional da Banca. Marketing Social, Redes Sociais. A Era Digital**

#### **Objetivos Gerais:**

Este curso tem como principais objetivos os de fornecer e atualizar competências que permitam melhor compreender as ameaças e novos desafios à Banca tradicional bem como os novos desafios do marketing decorrentes quer do contexto de responsabilidade social corporativa quer da era digital

#### **Objetivos Específicos:**

No final do curso os formandos estarão aptos a:

- Conhecer com detalhe o enquadramento desafiador ao negócio da Banca;
- Caracterizar e perceber os novos perfis de consumo;
- Justificar e desenvolver estratégias de marketing social;
- Enquadrar iniciativas de marketing digital.

#### **Destinatários:**

A todos os profissionais que necessitem aprofundar o contexto de negócio (ameaças e desafios) na banca e neste âmbito, as novas estratégias de marketing 2.0

#### **Carga Horária:**

30 horas

#### **Conteúdo Programático:**

##### **Módulo I - O contexto atual da banca. Ameaças e desafios**

- Capital;
- Crédito e rentabilidade;
- Custos;
- Controlo;
- Dimensão;
- “Category Killers”.

##### **Módulo II – Marketing e Sociedade**

- Definição;
- Finalidades;
- Marketing mix;

- Valor e ciclo do produto e valor de marca;
- Comunicação;
- A evolução dos perfis dos consumidores: os millenials;
- Apresentação de casos.

### **Módulo III – Marketing Social**

- Definições e princípios base;
- Todo o marketing é social?
- Enquadramento nas políticas de responsabilidade social e de sustentabilidade;
- Finalidades;
- Como implementar;
- Exemplos e comentários.

### **Módulo IV - Marketing WEB 2.0**

- Marketing e redes sociais. Características e tendências;
- Vantagens e desvantagens do comércio eletrónico;
- Desafios para os marketeers:
  - Geração NET;
  - “The Internet way of life”;
  - Plataformas;
  - Pricing;
  - Ferramentas de comunicação;
  - Ferramentas de produção;
  - Novas formas de publicidade.
- Apresentação de casos.