

Como Desenvolver o Plano Promocional da Empresa

Objetivos Gerais

Este Curso tem como objetivo dotar os participantes de competências e conhecimentos necessários para que consigam desenvolver eficazmente um Plano Promocional para a sua Empresa.

Objetivos Específicos

No fim deste Curso os participantes saberão:

- Definir os papéis das várias ferramentas que compõem o mix do P-promotion;
- Saber interligar as diversas ferramentas da Comunicação com os objetivos do Marketing-Mix;
- Explicar como as campanhas promocionais são desenvolvidas e implementadas.

Destinatários

Este Curso destina-se aos profissionais com responsabilidades ao nível do Marketing e do Negócio, nomeadamente: Quadros médios e superiores da área de Marketing; Gestores de Produto e Gestores de Negócio.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdo Programáticos

Módulo I - A Estratégia de Marketing

- O Mix da Comunicação;
- Comunicação Bellow the Line;
- Comunicação Above the Line.

Módulo II - O Plano Promocional

- Objetivos quantitativos e qualitativos;
- Objetivos por variáveis do Marketing-Mix;
- Orçamento.

Módulo III - Plano de Ação

- Descrição e Calendarização das ações;
- Resumo Financeiro.

Módulo IV - Controlo

- Financeiro;
- Vendas;
- Comunicação.

Módulo V - Exemplos e Análise de Casos