

Como Criar um Plano de Marketing

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos na elaboração de um plano de marketing para sustentar a estratégia de negócio de uma empresa ou projeto, identificando os aspetos fundamentais na sua implementação e a análise dos resultados, numa perspetiva eminentemente prática.

Objetivos Específicos:

No final do Curso os participantes estarão aptos a:

- Compreender o Conceito e a Importância de um Plano de Marketing;
- Identificar e Compreender as Fases de um Plano de Marketing;
- Criar um Plano de Marketing;
- Implementar e motorizar s Acções e os resultados.

Destinatários:

Todos os profissionais da área do Marketing e Comunicação que pretendam compreender, rentabilizar ou integrar, na sua estratégia de desenvolvimento, as especificidades do digital e das novas tecnologias, bem como a todos os profissionais (sem formação específica em Marketing) interessados em obter conhecimentos sobre Marketing Digital: empresários, gestores, gestores de conteúdos, técnicos de Comunicação e Marketing, consultores e assessores de comunicação, e outros profissionais que atuam na área de Marketing, Comunicação e Publicidade.

Carga Horária:

18 Horas

Conteúdo Programático:

Módulo I – Enquadramento

- Conceitos Fundamentais de Marketing;
- O que é um Plano Estratégico de Marketing;
- Importância;
- Etapas;

Módulo II – Diagnóstico

- Empresa;
- Mercado;
- Concorrência;
- Fatores PESTA;
- Matriz SWOT;

Módulo III – Estratégia

- A Importância das Métricas e das KPI'S para Medir o Sucesso;
- Definição de Objetivos de Marketing e Vendas;
- Mercado Alvo: Segmentação e Diferenciação;
- Posicionamento;
- Marketing-Mix;

Módulo IV – Criar um Plano de Comunicação On-line

- Definição das Ações;
- Planeamento e Orçamentação;
- Análise de Resultados e Principais KPI's;

Módulo V – Elaboração de um Plano de Marketing