

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 deste Curso os participantes 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.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

30 horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização.

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.
- Apresentação de casos.

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.