

A Estratégia Publicitária – Objetivos e Targeting

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes das seguintes competências: Conhecimentos necessários a definirem Estratégias Publicitárias eficazes.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Determinar as funções e objetivos da Publicidade;
- Determinar as principais variáveis de seleção do target;
- Determinar as estratégias publicitárias adequadas ao target e aos objetivos.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais envolvidos no planeamento e conceção de Estratégias Publicitárias, nomeadamente, Quadros Médios e Superiores da área de Marketing, Gestores de Produto, Gestores de Negócio.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdos Programático

Módulo I - Objetivos da Publicidade

- Funções da Publicidade;
- Objetivos gerais;
- Objetivos específicos.

Módulo II - Definição do Target

- A segmentação do produto;
- Variáveis quantitativas;
- Variáveis qualitativas.

Módulo III - Estratégias Publicitárias

- Estratégias Publicitárias concorrenciais;
- Estratégias Publicitárias de desenvolvimento;
- Estratégias Publicitárias de fidelização.

Módulo IV - O Planeamento de Media

- Escolha dos suportes;
- O Planeamento quantitativo;
- A pré-avaliação.