

Marketing

12 Horas

Formador: Manuel pereira

Novembro 2007

1 – Introdução ao marketing.

1.1 – A importância do marketing na actualidade.

1.2 - Marketing estratégico e operacional

1.3 – O ciclo de vida dos produtos

1.4 – Análise SWOT

2 – As quatro variáveis do marketing “marketing-mix”

2.1- Produto

2.1.1 - Definição de produto ou serviço

2.1.2 - Qualidade

2.1.3 - Critérios de qualidade

2.1.4 - funções da embalagem

2.1.5 - Funções da marca

2.1.6 - Design

2.1.7 - Serviços

2.1.8 - Desenvolvimento de novos produtos

2.2 - Preço

2.2.1 - A política de preços

2.2.2 - Alternativas para determinação do preço

2.2.3 - Objectivos e estratégias de preço

2.2.4 - Abatimentos e descontos

2.3 - Distribuição

2.3.1 - Funções dos canais de distribuição

2.3.2 - A selecção dos canais de distribuição

2.3.3 - Características dos canais de distribuição

2.4 - Promoção e comunicação

2.4.1 - Elementos da comunicação

2.4.2 - Alvos

2.4.3 - Mensagem

2.4.4 - O posicionamento

2.4.5 - Intensidade

2.4.6 - Os meios de comunicação

2.4.7 - A avaliação

2.4.8 - Política

2.4.9 - Público

3 – A publicidade

3.1- Publicidade de produto

3.2 - Objectivos da publicidade

3.3 - Estratégias da publicidade

3.4 - Objectivos da comunicação publicitária

3.5 - O sistema da publicidade

3.6 - A publicidade no media

3.7- Os critérios de escolha dos media