

# Marketing

## 30 Horas

Domínio: Marketing

Formador: Manuel Pereira

### 1 - Introdução ao conceito de marketing

- 1.1 - A base essencial do marketing
- 1.2 - Quatro décadas / quatro conceitos de marketing
- 1.3 - Conceito antigo e moderno de marketing
- 1.4 - Definições de marketing

### 2 – O alargamento das funções do marketing

- 2.1 - Marketing estratégico e operacional
- 2.2 – Extensão de marketing a novos sectores de actividade
- 2.3 – Atitude de marketing

### 3 – Estudo de mercado

- 3.1 – A definição da amostra e objectivos
- 3.2 – A elaboração do questionário
- 3.3 – A implementação no terreno
- 3.4 – Conclusões do estudo

### 4 – O marketing – mix

#### 4.1 – Produto ou serviço

- Qualidade
- Embalagem
- A marca
- Serviços
- Desenvolvimento de novos produtos

#### 4.2 – Política de preços

- Alternativas para determinar os preços
- Estratégia de preços

#### 4.3 – Política de distribuição

- Funções dos canais de distribuição
- Factor a considerar na definição dos canais de distribuição
- Características dos canais de distribuição

#### 4.4 – Processo de comunicação

- Elementos de comunicação
- Meios de comunicação dos media
- Meios de comunicação fora dos media

#### 5 – O equilíbrio do marketing – mix

- Definição da estratégia e dos objectivos
- O plano de marketing
- Avaliação e controle dos resultados