



0366

Plano de *marketing*

**Carga horária
50 horas**

Objectivo(s)

- Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um plano de marketing.
- Elaborar planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento.

Conteúdos

Plano de *marketing* - necessidades e princípios

- Principais necessidades de um plano de marketing
 - Avaliar a situação do mercado e do meio
 - Avaliar a competitividade da empresa e seus princípios
 - Planificar os objectivos e meios e adaptação das acções de desenvolvimento e das acções correctivas

Operacionalização do plano de *marketing*

- Etapas do desenvolvimento do plano operacional de *Marketing*
 - Etapa 1 - análise da situação interna e externa
 - . Situação do negócio
 - . Actuação da empresa
 - . Análise da concorrência
 - . Análise SWOT
 - Etapa 2 - definição dos objectivos do plano
 - Etapa 3 - definição da estratégia de *marketing mix*
 - Etapa 4 - afectação de recursos para a operacionalização do plano
 - Etapa 5 - estabelecimento do plano de acção
 - Etapa 6 - concretização do plano de acção
 - Etapa 7 - controlo das acções desencadeadas