

# PLANO DE MARKETING

## ■ ■ ■ Destinatários:

Activos empresários ou quadros técnicos

O planeamento é fundamental ao nível da estratégia de marketing pois permite antecipar e articular todas as decisões relativas à gestão de uma determinada marca, diminuindo assim os eventuais erros ao nível da execução.

## ■ ■ ■ Objectivos:

Reconhecer a importância de analisar as necessidades e princípios da empresa, de forma a estruturar e operacionalizar planos estratégicos

Analisar o mercado de forma a otimizar as estratégias a desenvolver

Planear e controlar as estratégias de marketing operacional

## ■ ■ ■ Conteúdo programático:

Plano de Marketing: necessidades e princípios

Etapas do desenvolvimento do Plano Operacional de Marketing

Análise da situação interna e externa

Análise SWOT

Definição dos objectivos do plano de Marketing

Definição da estratégia de Marketing Mix

Orçamentação e afectação de recursos para a operacionalização do plano

Estabelecimento do plano de Acção

Concretização do plano

Controlo das acções desencadeadas, actualização e rectificação da definição da estratégia em relação à concretização do plano de acção

## ■ ■ ■ Duração:

21 Horas