



## Conteúdo Programático

# Plano de Marketing

### ...da teoria à prática!



VIRTUAL  
CLASSROOM



3,5 HORAS

#### Destinatários

Todas as pessoas que tenham interesse em iniciar ou desenvolver as suas competências na construção de um plano de Marketing.

#### Nº mínimo de inscritos

6

#### Pré-requisitos

n/a

#### Certificação de profissionais

##### PRIMAVERA:

[Clique aqui](#) para consultar os critérios de atribuição de créditos

#### Contactos

Angola/  
(+244) 222 440 447  
academy\_ao@primaverabss.com

Cabo Verde/  
(+238) 356 37 73  
academy@primaverabss.com

Moçambique/  
(+258) 21 303 388  
academy\_mz@primaverabss.com

Portugal/  
(+351) 253 309 241  
academy@primaverabss.com

#### Enquadramento e Objetivos

Estamos inseridos numa era globalizada onde as mudanças, as evoluções e as variações de mercado acontecem de uma forma extremamente dinâmicas. Uma empresa para **ter sucesso no atual contexto** necessita de desenvolver um plano de Marketing bem elaborado e com metas bem definidas.

A utilização de um plano de Marketing torna também a empresa menos vulnerável às crises, pois estas podem ser previstas com mais antecedência. Também é possível superar os concorrentes fazendo um planeamento cuidadoso de produtos e serviços mais adequados aos desejos e necessidades dos clientes, o que reduz os problemas na sua comercialização.

#### No final da formação os participantes estarão aptos a:

- A conceber um plano de Marketing desde a fase de análise à definição de objetivos
- Realizar o planeamento de ações
- Planear o cronograma e controlo orçamental

Neste plano os participantes poderão optar por ações digitais (email, redes sociais, webinars, Google, etc) **e/ou** ações do mundo offline (eventos, publicidade, merchandising, etc), bem como ações que requerem investimento (*paid media*) ou não (*earned and gained media*).

#### Plano de Formação

#### Plano de Marketing...da teoria à prática!

- Conceitos gerais
- As fases de um plano de Marketing
- Controlo de resultados e orçamentação