

CONCEBER E IMPLEMENTAR O PLANO DE MARKETING (UC02724 do Catálogo Nacional de Qualificações)

OBJETIVOS – PROGRAMA – CERTIFICAÇÃO

OBJETIVOS/REALIZAÇÕES

- Colaborar na análise do contexto de partida.
- Colaborar no desenvolvimento do plano de marketing.
- Colaborar na definição das estratégias de marketing a implementar pela empresa.
- Colaborar na implementação das estratégias de marketing.
- Colaborar na implementação de estratégias de marketing baseadas em inteligência artificial.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO/CONHECIMENTOS

- Marketing – conceito.
- Marketing estratégico e marketing operacional.
- Função do marketing na estrutura organizacional.
- Análise de mercado - situação económica, contexto nacional e internacional.
- Análise da concorrência.
- Análise SWOT - pontos fortes, pontos fracos, ameaças, oportunidades.
- Fatores críticos de sucesso.
- Estudos de mercado e fontes de informação - fontes primárias (inquéritos, entrevistas, focus grupos) fontes secundárias (artigos, livros, dados estatísticos).
- Comportamento do consumidor - variáveis explicativas do comportamento do consumidor (sociodemográficas, psicológicas, sociais, culturais).
- Processo de decisão de compra - identificação da necessidade, procura de informação, ponderação de alternativas, decisão de compra, pós-venda.
- Segmentação de mercado e mercados-alvo.
- Marketing mix – produto/serviço (produto, preço, promoção, distribuição, pessoas, processos, evidências físicas).
- Estratégias de desenvolvimento do mix de produto/serviço.
- Planeamento de marketing - plano de ação, plano de contingência.
- Orçamentação do plano de marketing.
- Afetação de recursos - financeiros, de tempo, humanos.
- Inteligência artificial – definição e importância.
- Inteligência artificial vs machine learning vs deep learning.
- Aplicação da inteligência artificial nas estratégias de marketing digital - chatbots, conversação com inteligência artificial, interfaces com uso de linguagem natural, análise preditiva.
- Inteligência artificial e personalização do atendimento e da experiência do cliente.
- Tendências futuras da utilização da inteligência artificial no marketing.
- Normas de segurança e saúde no trabalho.
- Normas da qualidade.

DURAÇÃO E PONTOS DE CRÉDITO

Duração em horas: 50 Horas

Pontos de crédito: 4,5

AVALIAÇÃO/ CERTIFICAÇÃO

A UC é validada quando o/a formando/a demonstre ter cumprido os requisitos de aproveitamento e assiduidade definidos para a UC.

CONCEBER E IMPLEMENTAR O PLANO DE MARKETING (UC02724 do Catálogo Nacional de Qualificações)

A validação da UC depende da demonstração da aquisição das competências definidas, bem como da assiduidade efetiva não ser inferior a 90% da duração total de UC.

No final do curso será emitido Certificado de Qualificações, em formato digital.

DESTINATÁRIOS

Adultos ativos, empregados ou desempregados, que, no âmbito da sua formação profissional contínua, pretendam aperfeiçoar ou atualizar os conhecimentos e competências nas respetivas áreas de atuação.

