



**unave**

associação para a formação  
profissional e investigação  
da universidade de aveiro

## Plano de Marketing

### **duração**

20 horas

### **datas de realização**

a definir

### **horário**

9:00 às 13:00

### **preço de inscrição**

220€

### **este valor inclui:**

- . documentação
- . certificado de formação

valores isentos de IVA

a inscrição só fica completa após o pagamento

### **Descontos**

20% para quem efetivar (pagar) a inscrição até 1 mês antes do início da formação.  
15% para antigos alunos da Universidade de Aveiro.

### **nota**

os descontos não são acumuláveis

### **local de realização**

UNAVE/  
Universidade de Aveiro

### **inscrições e informações**

dulce.alegria@ua.pt  
www.unave.ua.pt  
tlf.: 234 370 833

### **fundamentação**

A crescente imprevisibilidade dos mercados obriga a que as empresas se socorram de ferramentas de planeamento, previsão e antecipação dos cenários macro e micro das suas áreas de negócio.

Assim o planeamento em marketing, como ferramenta estratégica assume capital importância para a sobrevivência e crescimento das empresas .

### **objetivos gerais**

Dar a conhecer aos participantes as evoluções recentes no planeamento de marketing, cobrindo as áreas estratégica, da segmentação e posicionamento de produtos e serviços, da animação dos canais de distribuição e da implementação e gestão das estratégias, na definição de objetivos de médio e longo prazo.

### **objetivos específicos**

Dotar os formandos de competências técnicas na definição, implementação, avaliação e controlo do Plano de Marketing

### **destinatários**

Responsáveis e quadros de empresas que exerçam funções nas áreas de gestão, marketing e comercial.

### **metodologia**

Método expositivo/participativo com recursos a casos práticos

### **conteúdos programáticos**

O Marketing

- Conceitos centrais
- A evolução do papel do Marketing
- A cadeia de negócio e o marketing de produtos industriais
- O consumidor no centro do negócio

O Plano de Marketing

- A definição de objetivos de marketing
- A definição de tarefas e a atribuição de responsabilidades e de recursos
- A realização do cronograma (PERT's e gráficos Gant)
- A monitorização do Plano de Marketing
- A definição de Planos de Contingência

### **coordenador e formador**



A coordenação científico-pedagógica é da responsabilidade de José Albergaria, professor adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro e diretor do Centro de Investigação em Marketing e Análise de Dados.



O formador é

**Joaquim Marques**, professor especialista em Marketing e Publicidade, Professor Adjunto no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro e consultor de Marketing, Estratégia, Internacional e Comércio.



universidade  
de aveiro



ENTIDADE  
FORMADORA  
CERTIFICADA