



unave

associação para a formação
profissional e investigação
da universidade de aveiro

Marketing de Vendas

duração

16 horas

datas de realização

a definir

horário

14:30 às 17:30

último dia: 14:30 às 18:30

preço de inscrição

215 €

descontos

20% de desconto = 172€ para quem efetivar (pagar) a inscrição até 1 mês antes do início da formação.

valores isentos de IVA

a inscrição só fica completa após pagamento

este valor inclui:

- . documentação
- . certificado de formação

local de realização

Instalações da UNAVE

inscrições e informações

virginiablopes@ua.pt
www.unave.ua.pt
tlf.: 234 370 833

fundamentação

O Marketing tem um papel determinante no crescimento e no desenvolvimento das organizações. O conceito de Marketing tem evoluído naturalmente, ao longo dos tempos, acompanhando tendências de mercado. Está cada vez mais presente na definição das estratégias de desenvolvimento de produtos e serviços e dos critérios de crescimento das organizações, bem como das políticas de seleção e gestão dos recursos humanos. E tem um papel preponderante na divulgação dos produtos e serviços e no crescimento das vendas, assistindo-se, por isso, à afirmação crescente da sua importância na área comercial.

objetivos gerais

O curso demonstra a importância crescente da utilização estratégica do Marketing ao nível das vendas, no seio das organizações, pretendendo formar os participantes a partir de uma visão estruturada das técnicas de Marketing, conjugadas com as técnicas de vendas, de modo a permitir que adquiram, aperfeiçoem e consolidem as suas competências.

objetivos específicos

No final do Curso, os Participantes serão capazes de:

- Utilizar as diversas estratégias de Marketing
- Reconhecer e diferenciar o produto
- Definir a importância da marca
- Planificar e organizar as vendas
- Fazer a gestão de clientes
- Desenvolver a capacidade de venda em grupo.

destinatários

Profissionais dos setores do comércio, indústria e serviços, empreendedores, empresários e estudantes.

conteúdos programáticos

- O conceito de empresa
- Princípios de Marketing
- Modelos de negócio
- A marca
- Inovação e tecnologia
- Técnicas de venda
- Posicionamento
- Internacionalização
- E-commerce
- Teatro de vendas (simulação)

avaliação

Apresentação de um projeto final.



universidade
de aveiro



coordenador



Elisabeth Pereira, professora associada do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo, na Universidade de Aveiro, e investigadora na unidade de investigação GOVCOPP na área de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade. É mestre em Economia (pela Universidade de Coimbra) e doutorada na área de Competitividade Industrial (pela Universidade de Aveiro). Foi consultora e tem desenvolvido trabalhos nas áreas do Marketing e da Gestão Comercial.

formador



Francisco Oliveira é licenciado em Gestão de Empresas, mestre em Marketing e Negócios Internacionais (pelo ISCAC) e doutorando em Ciências Económicas e Empresariais.

Conta mais de 20 anos de experiência em grandes superfícies e no retalho, ao nível da gestão e liderança de equipas comerciais e operacionais.