

Referencial de Formação

Estratégias de Fidelização

Designação da UFCD:

Introdução à gestão comercial e marketing

Código:

5662

Carga Horária:

25 horas

Pontos de crédito:

2,25

Objetivos:

- Explicar a filosofia do marketing.
- Identificar os conceitos de marketing.
- Distinguir o marketing estratégico do marketing operacional.
- Interpretar alguns fatores explicativos da compra, através dos aspetos comportamentais do consumidor.
- Caracterizar as etapas evolutivas do marketing.
- Explicar a importância dos estudos do mercado.
- Descrever os elementos mais relevantes para o desenvolvimento do plano de marketing.

Conteúdos:

- O *marketing*
 - Conceitos gerais
 - Conceitos especificamente utilizados na definição de *marketing*
 - Etapas evolutivas do *marketing*
 - Marketing estratégico e operacional
- Factores explicativos da compra/comportamento do consumidor
 - Lealdade do consumidor
 - Imagem da marca
 - Personalidade da marca
- Referenciais da gestão de *marketing*
 - O mercado: ponto de partida e de chegada do *marketing*
 - A dinâmica concorrencial: ponto de encontro do *marketing*
 - A visão da empresa/empresário: ponto crítico do *marketing*
- Estudos de mercado
 - Métodos do *marketing*
 - O sistema de informação em *marketing*
 - Formas de intervenção no mercado
 - As técnicas de *marketing*
- O plano de *marketing*