



MARKETING EMPRESARIAL

OBJETIVO

Ampliar a visão do profissional de administração sobre conceitos e processos de marketing.

Focar sua percepção nas questões do negócio e do mercado de modo geral.

Garantir conhecimento técnico-analítico para atuação em conjunto com equipe de marketing, e auxiliar na tomada de decisões relativas a investimentos nessa área.

Favorecer sua atuação como gestor de processos interdisciplinares no marketing da empresa.

Estimular a dinâmica de verbalização no ato da análise de um contexto.

CONTEÚDOS

O consumo no Brasil, da segunda metade do século XX aos dias hoje.

- O 4As do Marketing – Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação.
- Implicações do ciclo de vida do produto para a estratégia de marketing.
- As etapas do desenvolvimento de um novo produto.
- Estratégias de marketing de serviços.
- Eventos como atividade de marketing.
- Gestão de custos e fundamentos da formação de preços de produtos.
- Impacto dos investimentos de marketing na mudança organizacional.
- Estratégia de marketing interno.
- Administração dos canais de distribuição.
- Reflexões sobre criatividade, inovações e mudanças.
- Gerenciamento da comunicação integrada de marketing.
- Análise ambiental e desenvolvimento do Plano de Marketing.
- Controle e medição da eficácia do marketing.
- Alternativas que o marketing oferece para consolidar uma marca.

EMENTA

Planejamento de produtos. Planejamento de preços. Planejamento da distribuição. Planejamento da comunicação de marketing. Plano de marketing. Tópicos avançados de marketing.

REALIZAÇÃO

Datas: 21 de fevereiro (todas quartas-feiras)

Horário: das 19h às 22h

Carga Horária: 45h

INVESTIMENTO

R\$ 6 (seis) parcelas de R\$ 150,00

INSTRUTOR

SÉRGIO RICARDO SANT'ANNA

CERTIFICADO

Será fornecido certificado a todos os que obtiverem, no mínimo, **75% de frequência.**