

Nome do Curso

Gestor de Marketing

Objetivos do Curso

Este curso tem por objetivo dotar os formandos de capacidades para compreender o que é a gestão de marketing, nas suas diversas componentes (mercado, produto, cliente, estratégias de comunicação, venda).

No final do curso o formando será capaz de desenvolver uma campanha de marketing, nomeadamente através da criação de um Marketing Plan completo.

Para tal, o formando irá aprender todos os conceitos, estratégias, técnicas e ferramentas necessários a um trabalho completo para o lançamento de um produto (bem ou serviço), compreendendo como funciona o mercado e as dinâmicas de marketing do mesmo.

Destinatários

O curso está direccionado a qualquer pessoa que pretenda iniciar-se na área do marketing ou aprofundar as suas competências nesta área.

Tanto pode interessar a quem deseje iniciar uma carreira profissional na área comercial e de marketing, como também a qualquer pessoa que, tendo um produto que pretenda lançar no mercado, necessite de compreender e aprender todas as estratégias e técnicas subjacentes a um processo de lançamento de um produto.

Ou também a quem, já trabalhando na área do marketing, necessite de reforçar ou atualizar os seus conhecimentos.

Daí a sua enorme utilidade para, por exemplo, pequenos ou médios empresários, cujas empresas não tenham capacidade para entregar toda a estratégia de marketing a uma empresa externa, ou que não o desejem fazer, por razões de sigilo comercial ou de maior controlo sobre o processo, podendo assim desenvolver de forma interna e direta as suas estratégias de marketing.

Mesmo para quem não pense operacionalizar qualquer campanha de marketing, esta formação é, em termos de cultura geral empresarial, uma enorme mais-valia, pois permite uma melhor e mais abrangente compreensão das dinâmicas comerciais e comunicacionais do mercado.

Pré-requisitos

Para a frequência desta formação não são exigidos pré-requisitos especiais.

Perfil dos Formadores

Como é norma nos cursos do INEPI, os formadores conjugam uma relevante formação académica com uma experiência profissional prática e efectiva, sendo profissionais da área, com um conhecimento muito directo e prático das necessidades profissionais com que os formandos se confrontarão no mercado de trabalho.

Estruturação Pedagógica do Curso

O curso tem uma estrutura linear, segmentado em unidades pedagógicas distintas, sendo ministrado de forma contínua e sequencial.

Perfil de Competências

No final desta formação os formandos deverão ser capazes de elaborar um Plano de Marketing e de compreender e desenvolver as diversas actividades da área da gestão de Marketing.

Saídas Profissionais

No final do curso, os formandos poderão desempenhar um variado conjunto de funções em empresas e outras organizações, tais como:

- Gestor de Marketing
- Assistente de Marketing;
- Analista de Mercado;
- Gestor de Vendas e / ou de Produto;
- Gestor de Loja;
- Consultoria de Marketing.

O INEPI tem uma estrutura própria para angariação de estágios (ou empregos) para os formandos, junto de empresas suas clientes, ou outras, sendo que com algumas tem protocolos específicos para este efeito.

Sempre que possível, mas sem que tal seja um compromisso efectivo (pois depende da disponibilidade das empresas), o INEPI propiciará a frequência de estágios aos seus formandos.

Certificações

No final do curso o formando terá direito a um certificado de formação profissional, nos termos da legislação em vigor.

O curso não confere grau académico.

Modalidade de Formação

Esta formação é disponibilizada em duas modalidades distintas:

- 1) Presencial, nas instalações do INEPI;
- 2) À distância, na modalidade e-learning, em formato síncrono, isto é, formação online com aulas acompanhadas por formadores;

Em ambas as modalidades o curso tem, além das aulas directas com formadores, uma componente de auto-estudo, onde será disponibilizada documentação aos formandos que deverão estudar esses temas autonomamente, havendo depois sessões com o formador para complementar essas formação e para esclarecimento de dúvidas que tenham subsistido.

Metodologia Pedagógica

Este curso visa promover um ambiente formativo aberto e interactivo entre o formador e os participantes, sendo a abordagem aos conteúdos programáticos feita com recurso a métodos e técnicas pedagógicas diversificadas, de forma a facilitar a assimilação da informação.

As metodologias escolhidas optam pelo recurso aos métodos expositivo, interrogativo e activo, recorrendo para este método a técnicas de exercícios individuais e em grupo, bem como a casos de estudo (casos reais).

Os formandos desenvolverão um trabalho prático final, que deverá ser um projeto de sua autoria, podendo mesmo ser um trabalho real que necessitem para a sua atividade profissional.

Meios e Recursos Didáticos

Os principais meios didáticos a utilizar serão os meios audiovisuais e documentação de apoio ao curso.

Os materiais consumíveis são, em qualquer curso, da responsabilidade dos formandos. No entanto, este curso não prevê a necessidade de consumíveis.

A bibliografia eventualmente recomendada, ou meios técnicos que o formando possa utilizar na sua vida profissional pós-curso, não são considerados como consumíveis, pelo que o seu custo não é considerado para a estimativa acima referida.

Toda a documentação fornecida pelo INEPI, para apoio à formação, é disponibilizada em formato digital.

CrITÉrios de Avaliação

A avaliação incorpora uma componente final e uma componente contínua. São valorizados itens como a participação, a assiduidade, a capacidade de trabalho em equipa, entre outros itens que os formadores considerem relevantes. Haverá igualmente uma avaliação final, que poderá ser em forma de teste ou de apresentação de trabalho de curso.

Escala de classificação usada é de 0 a 20 valores.

Condições do Curso

A duração do curso é de 110 horas com formador + 50 horas de auto-estudo (aproximadamente 7 meses de duração efectiva de curso).

As condições quanto a horários disponíveis, preços e condições de pagamento são as que, á data, constarem da tabela de condições dos cursos, do INEPI. Esta informação é fornecida directamente pela Secretaria.

As condições contratuais são as constantes no Regulamento Interno do INEPI (disponível na secretaria do INEPI e no site www.inepi.pt).

Versão do Referencial: V.1

Porquê estudar no INEPI?

O INEPI – Instituto de Ensino Profissional Intensivo é uma instituição privada criada em 1981, dedicada exclusivamente à formação profissional.

Ao longo destas décadas, o INEPI tem-se afirmado como uma instituição de referência neste setor, tanto em Portugal, como nos mercados internacionais de língua portuguesa, em particular nos PALOP.

O INEPI teve também desde sempre uma forte presença no chamado mercado *corporate*, que são os serviços de formação contratados directamente pelas empresas, organizações e organismos públicos, o que nos tem possibilitado uma forte ligação ao mercado empresarial e à realidade do mercado de trabalho.

A principal característica diferenciadora do INEPI é a forte incidência prática das suas formações. De facto, o INEPI não concorre com instituições académicas, pois não é esse o seu objetivo, mas antes complementa a formação académica com a formação prática, num sentido muito direcionado à realidade laboral.

Numa época em que vivemos submergidos pelo excesso de informação, onde o grande conhecimento é a capacidade de captar o essencial e abdicar do acessório, também na nossa vida profissional – incluindo a preparação técnica – cada vez mais os melhores profissionais são aqueles que têm a capacidade de se focarem naquilo que é essencial e realmente necessário para um bom desempenho de uma tarefa, não desperdiçando o seu tempo com conceitos, pormenores ou preciosismos que apenas retardam o seu desempenho.

Essa é pois a grande mais-valia da formação oferecida pelo INEPI: focamo-nos apenas no que é realmente essencial, e que tem aplicação direta à prática profissional.

Para tal, preparamos os melhores programas de formação, recorrendo aos melhores profissionais. Essa é a outra face da mesma moeda: apenas recorrendo a formadores que realmente trabalham diariamente em contexto real é que podemos oferecer essa perspetiva prática nas nossas formações.

Também o facto de realizarmos constantemente projetos formativos dentro das próprias empresas e organizações nos permite uma grande sensibilidade face às necessidades concretas do mercado.

Os nossos formadores não são pois académicos (sem desprimor algum para quem dedica a sua vida à investigação e ao ensino), mas são profissionais que complementam a sua atividade profissional diária com o gosto pela formação e o prazer de ensinar, e que por isso estão realmente próximos do contexto real de trabalho, e totalmente focados na perspetiva prática das matérias e nas necessidades reais e objetivas das empresas e organizações.

Por essa razão, os conteúdos das nossas formações estão em constante atualização, por forma a refletir sempre o que está a ser feito hoje mesmo no contexto real do mundo empresarial.

Também a grande interatividade do INEPI com o mercado, através de parceiras, protocolos, clientes empresariais, reconhecimentos, etc., garante aos nossos formandos uma grande facilidade de ligação e inserção no mercado laboral.

No INEPI, lançamos pontes para o seu futuro!

Conteúdo Programático

1. Noções de Economia e de Mercado (10 horas auto estudo + 4 horas presenciais)
2. Marketing: o que é? (10 horas auto estudo + 4 horas presenciais)
3. Mercado (8 horas presenciais)
 - 3.1. Tipos de produtos (bens ou serviços)
 - 3.2. Segmentação do mercado
 - 3.3. Estudos e pesquisa de mercado
4. O Consumidor (6 horas)
 - 4.1. Perfis de consumidores
 - 4.2. O comportamento do consumidor
 - 4.3. O processo de decisão de compra
5. Estratégia de Marketing (8 horas presenciais)
 - 5.1. A Marca
 - 5.2. A Imagem e o branding (brand management)
 - 5.3. O posicionamento em relação ao mercado
 - 5.4. Definição de targets da marca e do produto
 - 5.5. Estratégias comunicacionais

6. Marketing Mix (12 horas presenciais)
 - 6.1. Produto
 - 6.2. Preço
 - 6.3. Distribuição
 - 6.4. Promoção
7. Marketing e comunicação digital (10 horas presenciais)
 - 7.1. A Internet e a relevância do marketing digital
 - 7.2. Site corporativo
 - 7.3. Redes sociais
 - 7.4. Loja online
8. Publicidade (Advertising) (20 horas presenciais)
 - 8.1. Canais tradicionais
 - 8.1.1. Imprensa
 - 8.1.2. Meios audiovisuais (televisão, rádio, etc.)
 - 8.1.3. Outdoors e similares
 - 8.1.4. Direct marketing
 - 8.1.4.1. Flyers, etc.
 - 8.1.4.2. Telemarketing
 - 8.1.5. Outros
 - 8.2. Canais digitais
 - 8.2.1. Redes sociais
 - 8.2.2. Google AdWords
 - 8.2.3. Google AdSense
 - 8.2.4. Email marketing
 - 8.2.5. SMS
 - 8.2.6. Outros
9. Estratégias de Remarketing, Behavioral retargeting, Cross-selling (6 horas presenciais)
10. Promoções, eventos, patrocínios, concursos, etc. (4 horas presenciais)
11. Gestão de Clientes – CRM (Customer Relationship Management) (6 horas presenciais)
12. Marketing Plan: o que é e como se elabora. (10 horas de auto estudo + 18 horas presenciais)
 - 12.1. O Marketing Plan como documento estratégico
 - 12.2. Definição do produto
 - 12.3. Definição do target (público-alvo)
 - 12.4. Análise do mercado e da concorrência
 - 12.5. Definição do preço (ou outras condições de venda)
 - 12.6. Análise SWOT
 - 12.7. Fixação de objetivos (KPI – Key Performance Indicators)
 - 12.8. Fixação da duração da campanha
 - 12.9. Budget
 - 12.10. Estratégia de comunicação e de advertising
 - 12.11. Mapa de alocação de meios
 - 12.12. Acompanhamento da execução do Marketing Plan
 - 12.13. Ajustamentos ao Marketing Plan (quando necessários)
 - 12.14. Análise de resultados
13. Projeto final (20 horas auto estudo + 4 horas presenciais para avaliação do projeto)