

## Destinatários

Gestores e quadros responsáveis pelas áreas de Marketing e Comercial das Organizações. Dirige-se ainda aos gestores e quadros de outras áreas como Aprovisionamento, Investigação e Desenvolvimento, Logística, Finanças e Operações para as Organizações que reconheçam na orientação para o mercado um objectivo estratégico prioritário que, para ser cumprido, deve envolver as várias funções chave dos vários níveis hierárquicos e criar sinergias entre elas.

## Objectivos Gerais

Integrar a Estratégia da Organização com a forma de actuação em termos do Marketing é o grande desafio desta acção.

Familiarizar os formandos com a metodologia **INMARKET - Metodologia para Marketing Estratégico**, por forma a preparar equipas de trabalho para implementar uma metodologia que tem como objectivo principal, a identificação de oportunidades que permitam elevar os níveis de desempenho da organização a nível da sua função Marketing, baseada nas competências centrais da organização.

## Objectivos Específicos

O Objectivo desta acção é permitir aos participantes adquirir a capacidade de contribuir para o Reposicionamento do Marketing Estratégico na Organização, nomeadamente através da revisão e da prática dos conceitos actualizados e ferramentas fundamentais do **Planeamento em Marketing Estratégico** como:

- Conhecer o modelo INMARKET como ferramenta de Marketing Estratégico.
- Perceber as diversas ferramentas e fases associadas ao INMARKET
- Análise da situação organizacional e da Envoltente.
- Posicionamento dos seus produtos/serviços nos mercados-alvo.
- Integração das Estratégias da Organização com a Estratégia de Marketing.
- Formulação de um Plano Estratégico de Marketing.
- Definição das medidas de implementação.
- Controle/Monitorização da Estratégia de Marketing.
- Preparação do Plano de Marketing.

## Conteúdo Programático

- 1. Noções Básicas do modelo INMARKET** **4 Horas**
  - 1.1. Conceitos Gerais de Marketing
    - 1.1.1. Necessidades, Oferta e procura
    - 1.1.2. Valor, Custo e Satisfação
    - 1.1.3. Relações, Trocas e Relações
    - 1.1.4. Mercado
    - 1.1.5. Marketing
  - 1.2. Apresentação geral do modelo INMARKET
  - 1.3. Vantagens da implementação do INMARKET
  - 1.4. A melhoria dos Indicadores Comerciais e de Marketing
  
- 2. Implementação da Metodologia INMARKET** **34 Horas**
  - 2.1. Formulação da Estratégia de Marketing:
    - 2.1.1. Situação actual: Onde estamos? Onde queremos estar? Que benefícios pretendemos? O que já fizemos?
    - 2.1.2. Análise da Situação:
      - 2.1.2.1. Avaliação Estratégica da Organização
      - 2.1.2.2. Análise SWOT
    - 2.1.3. Definição da Missão Corporativa
    - 2.1.4. Diagnóstico/ estudo de Mercado
    - 2.1.5. Identificação dos Mercados Alvo:
      - 2.1.5.1. Identificação de Mercados Alvo
      - 2.1.5.2. Análise de hábitos de consumo e previsão da procura
      - 2.1.5.3. Análise da Macro-Envolvente
      - 2.1.5.4. Análise do Sector de Actividade Caracterização Qualitativa e Quantitativa do Mercado.
      - 2.1.5.5. Segmentação do Mercado
      - 2.1.5.6. Definição de Objectivos
    - 2.1.6. Estratégia da Abordagem ao Mercado - Marketing MIX:
      - 2.1.6.1. O produto-serviço
      - 2.1.6.2. O preço
      - 2.1.6.3. Os canais de distribuição
      - 2.1.6.4. A comunicação

2.2. Estratégia de Marketing - O Plano Estratégico de marketing

2.3. Estratégias de mercado

2.3.1. "Pricing"

2.3.2. "Branding"

2.4. Aplicação de Técnicas de Benchmarking

2.4.1. Indicadores Sectoriais

2.4.2. Boas Práticas

2.5. Gestão do Interface com os Clientes

2.5.1. CRM (Customer Relationship Management)

2.5.2. Avaliação de Satisfação de Clientes

2.5.3. Índices de Satisfação de Clientes

### **3. Implementação da Estratégia de Marketing**

**4 Horas**

3.1. Requisitos dos Recursos Humanos

3.2. Outros Físicos e Financeiros

3.3. Requisitos dos Sistemas de Informação

3.4. Planeamento e calendarização

3.5. Mecanismos de ajuste

3.6. Avaliações das contingências

### **4. Definição do Plano de Marketing**

**8 Horas**

4.1. A preparação do Plano de Marketing

4.2. Relação do Plano de Marketing com o Plano de Negócios

4.3. Plano de Marketing de um Produto, Serviço, Marca ou Linha de Produtos

4.4. Exemplos práticos de apresentação de um Plano de Marketing

# Marketing Estratégico Modelo INMARKET



P  
R  
O  
G  
R  
A  
M  
A

## INMARKET - Metodologia para Marketing Estratégico



**Marketing Estratégico  
Modelo INMARKET**



F  
I  
C  
H  
A  
  
D  
E  
  
I  
N  
S  
C  
R  
I  
Ç  
Ã  
O

**IDENTIFICAÇÃO**

Nome (completo):

Morada:

Localidade:

Código Postal:

Naturalidade:

Data de Nascimento: / /

Idade:

B.I. n.º:

Data de Emissão: / /

Local de Emissão:

Nacionalidade:

Telefone:

Telemóvel:

e-mail:

**HABILITAÇÕES LITERÁRIAS**

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> menos 4 anos escolaridade | <input type="checkbox"/> 1º Ciclo (4º ano)           | <input type="checkbox"/> 2º Ciclo (6º ano) |
| <input type="checkbox"/> 3º Ciclo (9º ano)         | <input type="checkbox"/> Ensino Secundário (12º ano) | <input type="checkbox"/> Bacharelato       |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura              | <input type="checkbox"/> Mestrado                    | <input type="checkbox"/> Doutoramento      |

**DADOS PROFISSIONAIS**

Actividade que exerce actualmente:

Empresa/Entidade:

Morada:

Localidade:

Cód Postal:

Telefone:

Nr Funcionários:

Fax:

e-mail:

CAE:

Actividade Principal:

**SITUAÇÃO FACE AO EMPREGO**

- Trabalhador por conta de outrem       Trabalhador por conta própria
- Outra situação (especificar)

**LOCAL ONDE PRETENDE FREQUENTAR A ACÇÃO DE FORMAÇÃO**

- |   |                                   |                                    |                                   |   |
|---|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Viana do Castelo | <input type="checkbox"/> Braga    | <input type="checkbox"/> Vila Real | <input type="checkbox"/> Bragança | <input type="checkbox"/> Porto          |
| <input type="checkbox"/> Viseu            | <input type="checkbox"/> Guarda   | <input type="checkbox"/> Aveiro    | <input type="checkbox"/> Coimbra  | <input type="checkbox"/> Castelo Branco |
| <input type="checkbox"/> Leiria           | <input type="checkbox"/> Santarém | <input type="checkbox"/> Lisboa    | <input type="checkbox"/> Setúbal  | <input type="checkbox"/> Évora          |
| <input type="checkbox"/> Portalegre       | <input type="checkbox"/> Beja     | <input type="checkbox"/> Faro      | <input type="checkbox"/> Funchal  | <input type="checkbox"/> Ponta Delgada  |

**HORÁRIO PRETENDIDO**

- Laboral       Pós-Laboral

Autorizo que os meus dados sejam transmitidos ao IQF para eventual auscultação pelo sistema de acreditação: Sim  Não