

Ficha Técnica - Marketing Especializado

Designação

Marketing Especializado – Estratégia, Posicionamento de Marca e Crescimento de Negócios

Área

Marketing e Comunicação

Subárea

Marketing Estratégico | Marketing Digital | Branding | Comunicação Comercial | Gestão de Marcas | Desenvolvimento de Negócios

Nível

Intermédio a Avançado

Carga Horária

60 horas

Modalidade

Presencial, Online ou Híbrida

Regime

Teórico-Prático

Objectivo Geral

Capacitar os formandos para desenvolver, implementar e avaliar estratégias especializadas de marketing, através da pesquisa de mercado, segmentação de públicos, posicionamento de marcas, gestão de campanhas e análise de indicadores de desempenho, contribuindo para o crescimento sustentável dos negócios e para o fortalecimento da competitividade das organizações.

Objectivos Específicos

1. Compreender os princípios do marketing estratégico e a sua aplicação no contexto empresarial.
2. Identificar oportunidades de mercado através da pesquisa e da análise da concorrência.
3. Analisar o comportamento dos consumidores para apoiar a tomada de decisões de marketing.
4. Aplicar técnicas de segmentação de mercado e definição de públicos-alvo.
5. Desenvolver propostas de valor e estratégias de posicionamento de marcas.
6. Planear campanhas de marketing digital e tradicional de acordo com os objectivos definidos.
7. Aplicar técnicas de comunicação, captação, conversão e fidelização de clientes.
8. Integrar estratégias de marketing com actividades comerciais e de relacionamento com clientes.
9. Definir indicadores de desempenho para acompanhar e avaliar os resultados das campanhas.
10. Elaborar um plano de marketing estruturado, com objectivos, estratégias, orçamento, actividades e indicadores de avaliação.

Módulos da Formação

Nº	Módulo	Carga Horária
1	Fundamentos e Estratégia de Marketing	10 horas
2	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor	10 horas
3	Branding, Posicionamento e Comunicação de Marca	10 horas
4	Marketing Digital e Gestão de Conteúdos	10 horas
5	Vendas, Relacionamento com Clientes e Crescimento	10 horas
6	Planeamento, Métricas e Avaliação de Resultados	10 horas
	Total	60 horas

Público-Alvo

- Profissionais de marketing e comunicação.
- Técnicos de publicidade e relações públicas.
- Gestores comerciais e responsáveis de vendas.
- Empreendedores e proprietários de empresas.

- Gestores de marcas, produtos e serviços.
- Profissionais de comunicação digital e redes sociais.
- Consultores de negócios e desenvolvimento empresarial.
- Profissionais que pretendam actualizar ou aprofundar competências na área do marketing.
- Estudantes de Marketing, Gestão, Comunicação e áreas relacionadas.

Pré-Requisitos

- Conhecimentos básicos de informática na óptica do utilizador.
- Interesse pela área de marketing, comunicação, gestão ou negócios.
- Conhecimentos introdutórios de marketing constituem uma vantagem.
- Acesso a computador e à Internet, especialmente para a modalidade online.
- Não é obrigatória experiência profissional prévia, embora seja recomendável para melhor aproveitamento dos conteúdos avançados.

Metodologia

A formação será desenvolvida através de uma abordagem teórico-prática, combinando exposição dos conteúdos, demonstrações, estudos de caso, análise de campanhas, exercícios individuais e trabalhos em grupo. Os formandos participarão em actividades de pesquisa de mercado, definição de públicos-alvo, desenvolvimento de estratégias de posicionamento e planeamento de campanhas.

A componente prática culminará na elaboração de um plano de marketing para uma empresa, marca, produto ou serviço real ou simulado, permitindo aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo dos seis módulos.

Critérios de Avaliação

- Participação e assiduidade: 20%.
- Exercícios e trabalhos práticos: 30%.
- Projecto final de marketing: 50%.
- Total: 100%.

Certificação

Certificado de Aproveitamento mediante:

- Frequência mínima de **75%**.
- Aproveitamento mínimo de **70%**.