



Ação realizada em colaboração com a



Num mercado cada vez mais dinâmico e competitivo as empresas confrontam-se com desafios que exigem uma permanente adaptação e flexibilidade. Saber elaborar uma estratégia de marketing é fundamental para as empresas determinarem cursos de ação que permitam criar valor no produto/serviço e desenvolver vantagens competitivas. Nesta ação pretende-se descrever os passos da elaboração de um plano de marketing estratégico, sublinhando-se a sua importância enquanto ferramenta de gestão que permite às empresas saber como posicionar-se no mercado de forma rentável e diferenciar-se da concorrência.

Conteúdo Programático

- 01 > O mercado vs. concorrência
- 02 > Análise interna vs. externa
- 03 > Proposta de valor
- 04 > Segmentação e posicionamento
- 05 > *Marketing Mix*
- 06 > Objetivos e plano de ação

Formador | Maria Emília Durães

Data | 12 de março de 2020

Horário | 16h00 às 20h00

Local | Centro de Incubação e Aceleração Portugal Global - Biblioteca

Rua Paulo da Gama, 629 - Porto