INEPI
INSTITUTO DE ENSINO PROFISSIONAL INTENSIVO

Lançamos pontes para o seu **futuro**

Curso de Comunicação de Marketing

Nome do Curso

Comunicação de Marketing

Objetivos do Curso

No final deste curso o formando será capaz de reconhecer as distintas dimensões do conceito de marketing, analisar as diversas estratégias de marketing para promoção de um determinado produto, compreender o que é o Marketing Operacional, elaborar um plano de marketing e ainda identificar quais as funções e responsabilidades de um bom gestor de marketing.

Destinatários

O curso está direccionado a qualquer pessoa que pretenda iniciar-se na área do marketing.

Este curso pode também ser adequado a pessoas que, tendo já alguma experiência profissional na área, seja pela vertente técnica, seja pela vertente comercial, pretendam aprofundar, estruturar e sistematizar os seus conhecimentos.

Pré-requisitos

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

O curso é aberto a qualquer participante, sendo todavia recomendável ter como base a frequência do ensino secundário.

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 desenvolver as diversas actividades da área do Marketing.

Saídas Profissionais

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

- 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.

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).

Meios e Recursos Didáticos

Os principais meios didácticos 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.

Por norma, qualquer documentação fornecida pelo INEPI, para apoio à formação, é disponibilizada em formato digital. Se o formando a pretender na forma impressa (em papel), o custo desse serviço ser-lhe-á debitado.

Critérios de Avaliação

A avaliação incorpora uma componente final e uma componente contínua. São valorizados itens como a participação oral, a assiduidade e pontualidade, a capacidade de trabalho em equipa (trabalhos de grupo). Haverá igualmente uma ficha de avaliação final.

Escala de classificação usada é de 0 a 20 valores.

Condições do Curso

A duração do curso é de 120 horas (aproximadamente 5 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.8

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 diretamente 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

PSICOLOGIA SOCIAL..... 20 horas

NOÇÕES DE ECONOMIA ..... 10 horas

MARKETING ..... 60 horas

TÉCNICA DE VENDAS ..... 20 horas

INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING ..... 10 horas

MODULO I - PSICOLOGIA SOCIAL

1. Introdução à Psicologia Social
2. Ser Humano. Ser Social
3. As atitudes no processo de Socialização
4. A comunicação. Necessidade. Motivação
5. Estudo da Personalidade
6. Desvios de Comportamento à situação social
7. Estudo do Comportamento dos grupos
7.1. Classes e grupos
7.2. Liderança, eficácia e dinâmica dos grupos
8. O Comportamento das massas
8.1. Classes
8.2. O comportamento do indivíduo nas massas
8.3. Os meios de comunicação de massas
8.4. A publicidade
8.5. A Opinião Pública
8.6. Os boatos
9. Métodos de pesquisa científica da Opinião Pública
9.1. Técnicas de observação indirecta
9.2. Técnicas de observação directa intensiva
9.2.1. A Entrevista
9.2.2. Medida de atitudes e opiniões
9.3. Técnicas de observação directa extensiva
9.3.1. A Amostragem
9.3.2. O Questionário
10. Tendências actuais da Psicologia Social e bibliografia
11. Prática de técnicas de dinâmica interna de grupos de formação
11.1. A nível afectivo
11.2. A nível funcional
11.3. A nível temático
12. Prática de tratamentos de pesquisa indirecta à opinião pública
12.1. Estabelecimento do assunto ou problema a pesquisa e recolha de documentação de apoio
12.2. Método de trabalho de pesquisa e seu desenvolvimento
12.3. Tratamento da informação colhida e elaboração de relatório final de pesquisa

MODULO II - NOÇÕES DE ECONOMIA

1. Noção de agentes económicos
2. A produção e a oferta
3. O Consumo e a Procura
4. Relacionamento dos indicadores económicos com os planeamentos de Marketing das Empresas

MODULO III - MARKETING

1. Introdução ao Marketing
   - 1.1. Breve Introdução histórica
   - 1.2. Expansão do Marketing
   - 1.3. Conceitos de Marketing
   - 1.4. Caracteristicas do Marketing
   - 1.5. Actividades tradicionais do Marketing
   - 1.6. As novas actividades do Marketing
2. O Mercado
   - 2.1. Ambiente do Marketing
   - 2.2. Análise da concorrência
   - 2.3. Comportamento do consumidor
3. Estratégia de Marketing
   - 3.1. Segmentação
   - 3.2. Posicionamento
   - 3.3. Fontes de mercado
   - 3.4. A importância da Marca
4. Marketing Mix
   - 4.1. Produto
   - 4.2. Preço
   - 4.3. Distribuição
   - 4.4. Promoção
5. Plano de Marketing
6. Web Marketing
   - 6.1. O conceito
   - 6.2. Ferramentas de web marketing
   - 6.3. Cuidados a ter na presença na internet
   - 6.4. Comércio electrónico
7. Marketing de Serviços
   - 7.1. Noção de serviço
   - 7.2. Caracteristicas dos serviços
   - 7.3. Fronteiras entre serviços e produtos
   - 7.4. Tipos de serviços
   - 7.5. Marketing Mix nos serviços
   - 7.6. A qualidade dos serviços e a satisfação dos clientes

MODULO IV - TÉCNICA DE VENDAS

1. Preparação de Venda
1.1. A venda como uma resposta às necessidades do cliente (O que é a venda; Princípios Básicos)
1.2. O vendedor como profissional de Marketing
1.3. A organização da actividade de venda
1.4. Os meios auxiliares de venda
1.5. A programação e o emprego do tempo
1.6. Planeamento das visitas
1.7. Organização de uma Rede de Vendas: Recrutamento, For mação e Motivação
1.8. A criação de uma imagem positiva
2. A Venda propriamente dita
2.1. A Entrevista Pessoal

2.1.1. O Plano da Visita
2.1.2. A marcação da entrevista
2.1.3. Fases de uma entrevista de vendas
2.1.4. O início da entrevista
2.1.5. A apresentação do produto ou serviço
2.1.6. As objecções do cliente e a utilização oportuna de argumentos por parte do vendedor
2.1.7. O Fecho da Venda
2.2. As visitas sem aviso prévio
2.3. As segundas visitas
2.4. Os diversos tipos de vendas
2.4.1. Vendas às empresas
2.4.2. Vendas aos estabelecimentos
2.4.3. Vendas aos particulares
2.4.4. Vendas por correspondência

2.4.5. Vendas on line

2.4.6. Vendas por telefone (telemarketing)
2.5. Prospecção de Clientes
3. Após-Venda
3.1. Registos, contratos e relatórios
3.2. Assistência após-venda;

3.3. Reclamações de venda
3.4. Plano para melhorar as condições de venda
4. Elaboração de uma campanha de vendas

MODULO V - INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING

1. Análise e tratamento informático da pesquisa de um mercado específico
2. Análise e tratamento informático da criação de pequena empresa inovadora
3. Análise e tratamento informático da preparação e elaboração de um questionário estruturado para avaliação e medição de atitude dum mercado consumidor