

Módulo	Conteúdos	Objetivos	Duração	Recursos	Avaliação
UFCD 0366 – Plano de Marketing	<p>Plano de marketing - necessidades e princípios</p> <p>Principais necessidades de um plano de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avaliar a situação do mercado e do meio - Avaliar a competitividade da empresa e seus princípios - Planificar os objetivos e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações corretivas <p>Operacionalização do plano de marketing</p> <p>Etapas do desenvolvimento do plano operacional de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etapa 1 - análise da situação interna e externa - Situação do negócio - Atuação da empresa - Análise da concorrência - Análise SWOT - Etapa 2 - definição dos objetivos do plano - Etapa 3 - definição da estratégia de marketing mix - Etapa 4 - afetação de recursos para a operacionalização do plano - Etapa 5 - estabelecimento do plano de ação - Etapa 6 - concretização do plano de ação - Etapa 7 - controlo das ações desencadeadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um plano de <i>marketing</i>. • Elaborar planos operacionais de <i>marketing</i>, respeitando as etapas de desenvolvimento. 	<p>50 h (67 tempos de 45 minutos)</p> <p>17/09/2020 a 12/01/2020</p>	<p>Quadro branco e canetas</p> <p>Vídeo projetor</p> <p>Computador</p> <p>Ecrã de parede</p> <p>Internet</p> <p>Fotocópias</p> <p>Visitas de estudo</p> <p>Manuais adotados</p> <p>Equipamento para registo áudio e vídeo</p>	<p>Atitudes, valores, visitas de estudo e aulas práticas</p> <p>(30%)</p> <p>+</p> <p>Testes, fichas de trabalho e avaliação contínua</p> <p>(35%)</p> <p>+</p> <p>Organização e trabalho</p> <p>(10%)</p> <p>+</p> <p>Respeito pelos outros – (25%)</p>

Material necessário:

- *Caderno diário
- *Material de escrita
- *Documentação fornecida
- *Manuais adotados

outubro de 2020

O Professor:

Herminio José Costa Albino