Curso - Gestão de Marketing Intermediário (Nome antigo: Marketing Na Medida)

Objetivos:
O planejamento se faz necessário, já que são muitas as atividades e responsabilidades diárias na rotina das empresas. Não é possível conduzir uma empresa sem um olhar para o futuro e sem prever cenários.
Nesse sentido, o Sebrae oferece o curso Gestão de Marketing, para que o empresário domine o marketing e suas ferramentas, mantendo o foco do seu negócio no mercado e no cliente.
O plano de marketing é uma ferramenta fundamental e indispensável para condução de empresas mantendo-se o foco no mercado. Percebe-se que não há mais espaço para a condução de empresas sem a utilização de planejamentos. Na área empresarial o planejamento se faz necessário, pois são muitas as atividades e responsabilidades diárias das empresas.

Competências:
Natureza Cognitiva:
- Compreender os principais conceitos de Marketing;
- Incluir ferramentas de marketing na gestão do negócio.

Natureza Atitudinal:
- Perceber a importância de colocar o cliente como centro das estratégias e ações organizacionais;
- Refletir sobre a atuação da empresa na dinâmica do mercado.

Natureza Operacional:
- Elaborar um Plano Inicial de Marketing;
- Implantar as ferramentas de marketing na gestão do negócio.

Público alvo:
Empresa de Pequeno Porte, Microempresa, Produtor Rural, Microempreendedor Individual.

Carga horária:
- Capacitação - 16 horas divididas em 4 partes de 4 horas cada.
- Consultoria - 2 horas de consultoria por empresa.

Conteúdo programático:
- Parte 1 – Conceitos Centrais de Marketing;
- Parte 2 – Estratégias de Marketing;
- Parte 3 – Tópicos Avançados de Marketing;
- Parte 4 – Compartilhando Resultados.

Após o curso, cada empresa terá direito a uma consultoria de 2 horas para discussão sobre a aplicabilidade das estratégias de marketing. Essa consultoria será realizada preferencialmente nas dependências do Sebrae.

Código SAS Capacitação: 2161
Código SAS Orientação técnica: 371440100137