

Gestão de Marketing

4ª Aula (teórica)

PLANO DE MARKETING



Apresentação elaborada por Pedro Dionísio, professor do ISCTE e adaptada por Hélia Gonçalves Pereira, professora do ISCTE
É expressamente proibida qualquer utilização sem a prévia autorização dos autores.

**“Falhar planejar é
planejar falhar”**



Marketing Estratégico

- Estudos do mercado
- Segmentação, Posicionamento
- Política de Marca
- Concepção do produto ou serviço
- Estabelecimento da estratégia global de marketing da empresa



- Política de produto
 - Política de preço
- Escolha dos canais de distribuição
- Acções de venda e serviços pós-vendas
 - Comunicação

Marketing Operacional

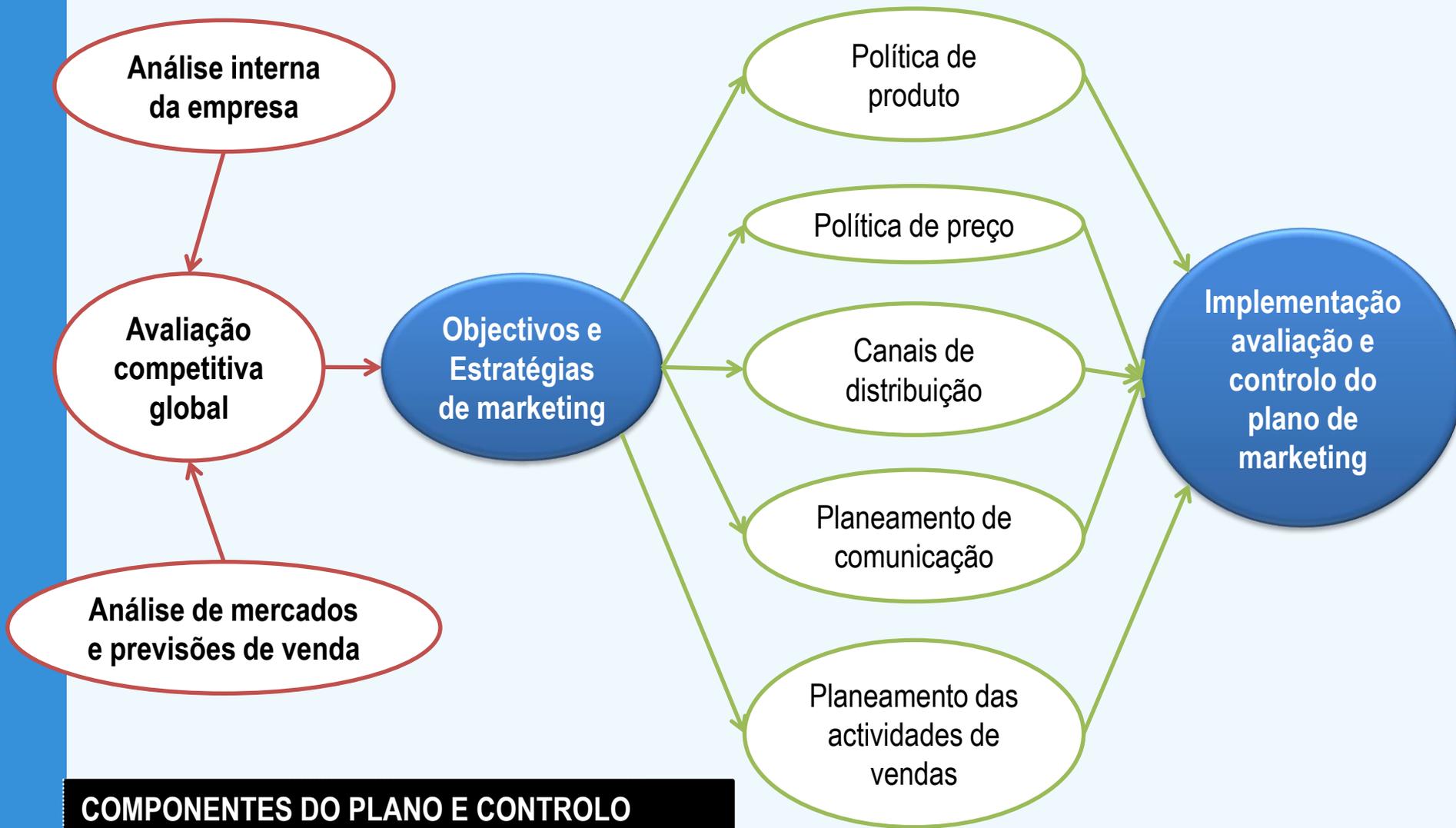
COMPONENTES DO PLANO E CONTROLO



COMPONENTES DO PLANO E CONTROLO



ETAPAS DA ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE MARKETING



COMPONENTES DO PLANO E CONTROLO

POSIÇÃO DO MARKETING NO ORGANIGRAMA DE UMA EMPRESA



Fonte: Mercator XXI

Estrutura Organizacional

A) Ligada à direcção de Marketing



B) Independente da direcção de Marketing



Fonte: Mercator XXI

ORGANIZAÇÃO MISTA: GESTORES DE PRODUTO / GESTORES MERCADO



Estrutura Organizacional

Fonte: Mercator XXI

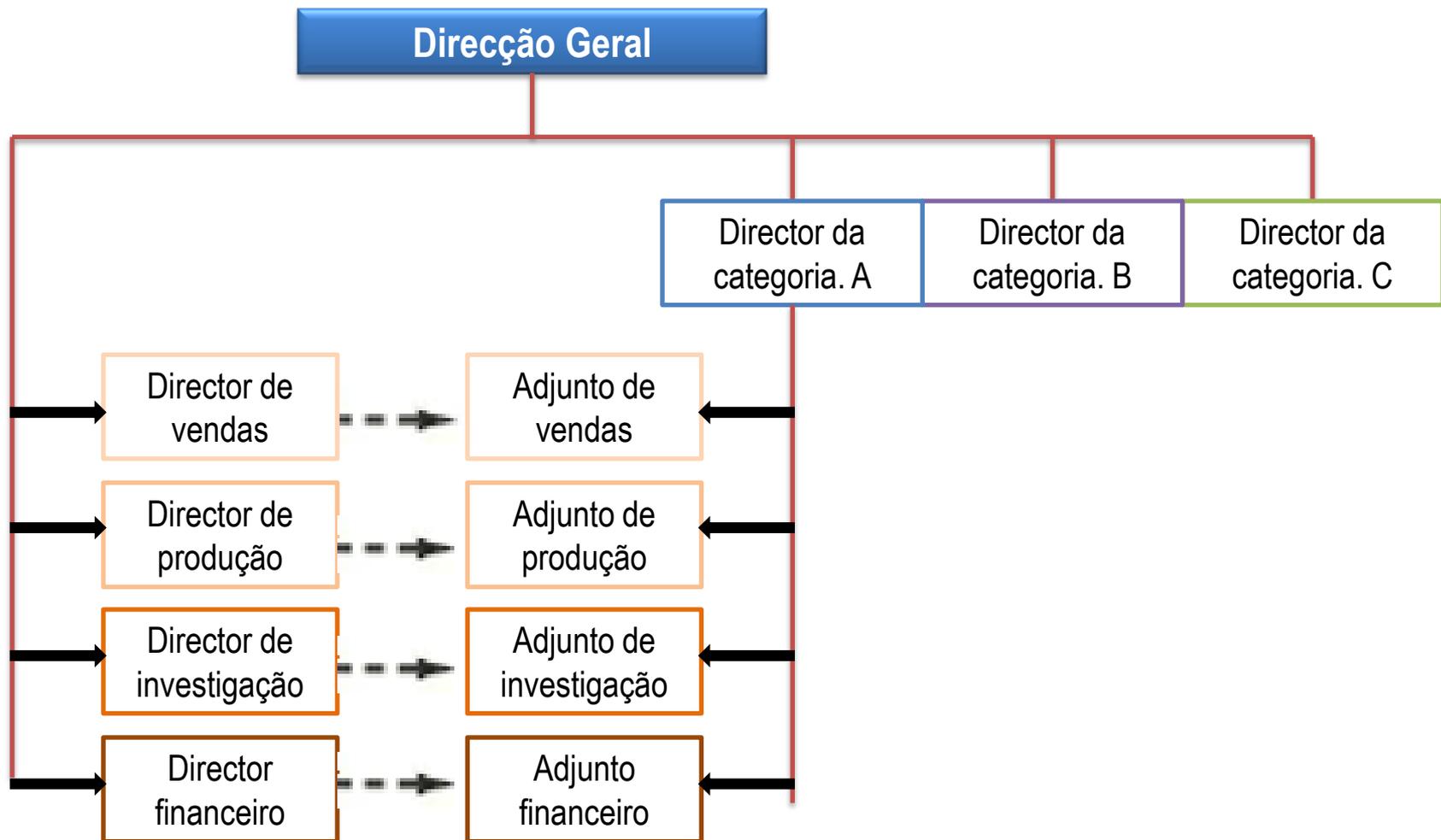
FUNÇÕES E RELAÇÕES DO GESTOR DE PRODUTO



Estrutura Organizacional

Fonte: Mercator XXI

A ORGANIZAÇÃO POR DIRECTORES DE CATEGORIA



Estrutura Organizacional

Fonte: Mercator XXI

**Controle o seu tempo ou,
“a falta de tempo” irá
controlar a sua vida**



Próximas aulas práticas:

- Leitura Mercator cap. 21 e 23
- Exercício IBS

Próxima aula teórica:

- Leitura Mercator cap. 2

