

ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa

Marketing Operacional

Guião do Trabalho de Grupo: Plano Operacional de Marketing




Agenda

- Objecto e Objectivos do Trabalho de Grupo
- Plano operacional de marketing - ESTRUTURA DO DOCUMENTO
- Regras
- Critérios de Avaliação
- Implicações práticas

MARKETING OPERACIONAL

ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa



Objecto e objectivos

- Em que consiste o trabalho de grupo?
 - O trabalho de grupo da cadeira de marketing operacional consiste no desenvolvimento de um plano operacional de marketing aplicado a uma empresa/produto real.
- Quais os objectivos de aprendizagem?
 - Compreender o papel dos diferentes elementos do marketing mix para o alcance de objectivos de marketing;
 - Diagnosticar e desenvolver soluções para problemas de marketing em relação a uma empresa real;
 - Usar a criatividade, como complemento dos domínios conceptual e operacional, para construir vantagem competitiva.

3 MARKETING OPERACIONAL

ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa



Plano Operacional de Marketing - ESTRUTURA DO DOCUMENTO (I)

1. **Sumário Executivo**
2. **Enquadramento da situação da empresa**
3. **Marketing Mix (objectivos e recomendações por variável + coordenação do mix total)**
 - Product
 - Place
 - Price
 - Promotion

4 MARKETING OPERACIONAL ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa

Plano Operacional de Marketing - ESTRUTURA DO DOCUMENTO(II)

4. **Cronograma de Implementação** _máx 2 pág.
 Recursos temporais
 Recursos financeiros
 Recursos humanos
5. **Controlo** - máx 2 pág.
6. **Análise Crítica** - máx 2 pág.
 Principais disfunções e méritos identificados de forma fundamentada
7. **Referências** - sem limite de pág.
8. **Apêndices** - sem limite de pág.

5 MARKETING OPERACIONAL ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa

Regras

- **Deadline: 2 de Dezembro 2011**
 - Entrega do trabalho em 2 formatos Word: papel e electrónico
 - Forma: Arial, 12, espaço 1,5, as margens *por default* do Word não deverão ser alteradas
 - **Máximo número de páginas: 25**
 - Elaboração de versão Powerpoint para apresentação de 15 min.

MARKETING OPERACIONAL ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa

Critérios de Avaliação



- Qualidade da análise da informação providenciada pela empresa e recolhida em outras fontes = 5
- Marketing Mix = 8
- Implementação e Controlo = 5
- Criatividade = 2

MARKETING OPERACIONAL

ISCTE Business School
Instituto Universitário de Lisboa
