



**LAU TRAINING**  
FORMAÇÃO E CONSULTORIA

**MARKETING e MARKETING ONLINE**

### Introdução ao Marketing – fundamentos e conceitos

#### OBJECTIVO:

Conhecer as principais metodologias e conceitos de Marketing a ter em conta no desenvolvimento comercial e estratégico de um negócio, face à nova visão dos mercados e empresas.

#### Destinatários:

Esta acção destina-se a todos os Profissionais ou futuros profissionais que desenvolvam funções que exijam a utilização de técnicas de comunicação, promoção, vendas ou áreas de negócios e que pretendam desenvolver acções de Marketing com objectivo de crescimento de vendas e sustentabilidade do negócio.

Duração: 8 horas

#### Módulos:

##### Módulo 1. Marketing

A importância do Marketing

Objectivos e Estratégias de Marketing

Conceitos básicos

##### Módulo 2. O Mercado

PUV e Diferenciação

### Segmentação de Mercado

#### Módulo 3. Do Marketing Tradicional ao Marketing Actual

Introdução ao Marketing mix

Introdução ao Marketing digital

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 3 horas, à excepção do módulo 1 com 2 horas.

#### Objectivos a atingir

- Dotar o formando de conceitos básicos sobre Marketing.
- Conhecer as principais ferramentas, estratégias e acções de Marketing e Comunicação existentes – Marketing mix
- Reconhecer características e competências necessárias.

#### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

#### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

*Metodologia da Realização do Curso*

Serão maioritariamente utilizados o Método Expositivo e Inquisitivo.

*Regime de Avaliação dos Formandos*

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

### Como desenvolver um Plano de Marketing eficientemente adaptado ao negócio

#### OBJECTIVO:

Desenvolver um Plano de Marketing tendo em conta a definição de objectivos, estratégia, posicionamento, segmentação e adaptação de ferramentas e acções de Marketing eficientes aos objectivos adequados ao crescimento e desenvolvimento do negócio.

#### Destinatários:

Esta acção destina-se a Profissionais de áreas de negócios, Directores Comerciais, Gestores Seniores com objectivos comerciais que pretendam desenvolver acções de Marketing com objectivo de crescimento de vendas, visibilidade e notoriedade.

Duração: 12 horas

#### Duração dos Módulos:

#### FORMAÇÃO EM SALA:

- Módulo 1. Missão, Visão e Objectivos
  - Estratégia, Posicionamento e Segmentação
  - Análise SWOT
  - Estudo e análises de Mercado
- Módulo 2. Objectivos de Marketing

PUV e Diferenciação

Marketing Mix

Módulo 3. Planificação Acções Marketing

Implementação Acções

Métricas e Análise de Resultados

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 4 horas

### Objectivos a atingir

- Dotar o formando de competências necessárias para a criação, desenvolvimento e implementação de um Plano de Marketing adaptado aos objectivos da Sua organização.
- Conhecer as principais ferramentas, estratégias e acções de Marketing e Comunicação existentes
- Aprender a Criar e desenvolver um Plano de Marketing.
- Reconhecer características e competências da empresa a melhorar.

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

*Metodologia da Realização do Curso*

Serão utilizados os Métodos Expositivo, Activo e Inquisitivo.

*Regime de Avaliação dos Formandos*

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

### Estratégias de Marketing-mix

OBJECTIVO:

Conhecer as diferentes estratégias de Marketing-mix, tendo por base a metodologia 4 P's: Produto, Preço, Promoção e Distribuição, dotando os participantes dos conhecimentos básicos e fundamentados para desenvolvimento de uma Estratégia de Marketing eficiente para o crescimento do negócio.

Destinatários:

Esta acção destina-se a Profissionais de áreas de negócios, Directores Comerciais, Gestores Seniores com objectivos comerciais e/ou de Marketing e que pretendam desenvolver acções de Marketing estratégico.

Duração: 6 horas

Duração dos Módulos:

FORMAÇÃO EM SALA:

Módulo 0. Introdução ao Marketing-mix

Conceito, fundamentos, aplicações

Módulo 1. Produto

Estratégias e Acções

Módulo 2. Preço



Estratégias e Acções

Módulo 3. Distribuição

Estratégias e Acções

Módulo 4. Promoção/Comunicação

Estratégias e Acções

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 1,5 hora (excepto introdução)

### Objectivos a atingir

- Dotar o formando de competências necessárias para a criação, desenvolvimento e implementação de Estratégias de Marketing-mix adaptadas aos objectivos da organização.
- Conhecer as principais ferramentas, estratégias e acções de Marketing-mix existentes
- Integrar o Marketing-mix no Plano de Marketing.
- Reconhecer características e competências da empresa a melhorar.

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

### Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados os Métodos Expositivo, Activo e Inquisitivo.

### Regime de Avaliação dos Formandos

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

## **A importância do Marketing Relacional – CRM – no negócio**

### OBJECTIVO:

Conhecer a importância do Marketing Relacional e Customer Relationship Management (CRM) na gestão de marketing da organização.

### Destinatários:

Esta acção destina-se a Gestores e Técnicos de Marketing e Vendas responsáveis pela implementação de estratégias e ferramentas para gestão e fidelização de clientes.

Duração: 4 horas

### Duração dos Módulos:

#### FORMAÇÃO EM SALA:

- Módulo 1. A importância do Marketing numa organização  
Conceito, fundamentos, aplicações
- Módulo 2. O Marketing Relacional  
Conceito, aplicação
- Módulo 3. O CRM  
Conceito, técnicas, aplicações

Aplicação ao cliente

Técnicas de Fidelização

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 1 hora, sendo o módulo 3 de 2 horas.

### Objectivos a atingir

- Compreender a importância do Marketing nas organizações.
- Gerir o relacionamento e comunicação com Clientes
- Integrar uma estratégia de CRM na Estratégia da Empresa
- Conhecer aplicações de CRM e benefícios.

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados os Métodos Expositivo e Inquisitivo.

Regime de Avaliação dos Formandos

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

## **Elaboração de Briefings eficientes em Planos de Comunicação**

### OBJECTIVO:

Conhecer a importância de um bom briefing para potenciar o sucesso do resultado final dos projectos desenvolvidos, especialmente na área de design, web e publicidade.

### Destinatários:

Esta acção destina-se a Gestores e Técnicos de Marketing e Vendas responsáveis pela concretização de ideias, estratégias e projectos especialmente em áreas de design, web, publicidade ou acções de marketing.

Duração: 4 horas

### Duração dos Módulos:

#### FORMAÇÃO EM SALA:

- Módulo 1. A importância do Briefing
  - Conceito, fundamentos, aplicações
  - O papel do Briefing no desenvolvimento de projecto
- Módulo 2. Técnicas de Briefing
  - Conceito, métodos e fases a incluir
  - Aplicação prática

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 2 horas

### Objectivos a atingir

- Compreender o que é e para que serve o Briefing
- Modelos de Briefing e informação a incluir
- Evitar erros na sua aplicação ou utilização
- O papel do Briefing no sucesso de um projecto
- A importância da Comunicação no Briefing.

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

### Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados os Métodos Expositivo, Activo e Inquisitivo.

Regime de Avaliação dos Formandos

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção



### e-Marketing / Marketing Digital

OBJECTIVO:

Conhecer as mais recentes ferramentas de Marketing especialmente a utilização das TI aplicadas ao desenvolvimento e aplicação de acções de Marketing. Redes Sociais, Internet, email Marketing, Web 2 e 3.0, entre outros conceitos serão abordados.

Destinatários:

Esta acção destina-se a Gestores e Técnicos de Marketing e Vendas responsáveis pela implementação e desenvolvimento de acções e estratégias de Marketing, Empreendedores e Gestores de negócios.

Duração: 12 horas

Duração dos Módulos:

FORMAÇÃO EM SALA:

Módulo 1. Do Marketing Tradicional ao e-Marketing

Conceito, fundamentos, teorias

Módulo 2. Estratégias WebMarketing

Sites, Portais, eCom

SEO

Módulo 3. Comunicação e Publicidade online

Estratégias Social Media Marketing

Estratégias Publicidade online

Estratégias Comunicação online

Módulo 4. Estratégias email Marketing

Técnicas e Aplicações

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração aproximada de 3 horas

### Objectivos a atingir

- Compreender quais os diferentes canais e ferramentas disponíveis de Marketing online.
- Conhecer vantagens e aplicações práticas de diferentes metodologias, técnicas e ferramentas
- Entender conceitos como: SEO, SEM, PPC, Mobile Marketing, Marketing nas Redes Sociais, entre outros.
- Estratégias de integração de Marketing Digital na organização.

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

### Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados os Métodos Expositivo, Activo e Inquisitivo.

### Regime de Avaliação dos Formandos

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

## **Estratégias de Prospecção de Clientes**

### OBJECTIVO:

Conhecer e implementar estratégias e acções para atrair e desenvolver actividade comercial junto de base de dados de Clientes ou potenciais clientes.

### Destinatários

Esta acção destina-se a Directores e Responsáveis de áreas de negócios, Directores Comerciais, Gestores Seniores com objectivos comerciais que pretendam aumentar o número de Clientes da empresa.

Duração: 4 horas formação em sala

### Duração dos Módulos:

#### FORMAÇÃO EM SALA:

- Módulo 1. PUV, Posicionamento, Diferenciação e Segmentação
  - Estudo e análises de Quotas Mercado e Concorência
  - Leads, Prospects e Clientes
- Módulo 2. Estratégias e Acções concertadas de Prospecção
  - Planeamento, Métricas e Resultados

### Qualificação de leads

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 2 horas

Objectivos a atingir

- Dotar o formando de competências necessárias para a identificação, desenvolvimento e implementação de técnicas de prospecção de mercado.
- Conhecer as principais ferramentas, estratégias e acções de prospecção de mercados, qualificação de leads e gestão clientes.
- Reconhecer características e competências da empresa a melhorar.

Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

Metodologia da Realização do Curso

Será utilizado o Método Expositivo e Inquisitivo.

Regime de Avaliação dos Formandos

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

## **Como organizar e promover um evento para Clientes**

### OBJECTIVO:

Conhecer e aproveitar a realização de eventos para promoção e divulgação mais alargada de produtos, conceitos ou contactos através de reuniões alargadas, teambuilding, workshops, conferências, congressos, demonstrações ou outras tipologias. Definição de objectivos e avaliação de resultados.

### Destinatários

Esta acção destina-se a Responsáveis de Marketing ou Gestores de Clientes ou profissionais com responsabilidade na organização de eventos.

Duração: 4 horas formação em sala

### Duração dos Módulos:

#### FORMAÇÃO EM SALA:

Módulo 1. Objectivo do evento

Tipos de eventos

Planeamento, timings e duração

Agenda, Oradores, Apresentações

Logística, acompanhamento e decoração

Material promocional

Audiovisuais e materiais apoio

Módulo 2. Follow-ups e pós-evento

Inquéritos satisfação

Integração e proposta comercial

Duração das Sessões: cada Módulo terá a duração de 2 horas.

### Objectivos a atingir

- Dotar o formando de competências necessárias para a identificação, desenvolvimento e implementação de eventos de diversas dimensões, para Clientes.
- Conhecer as principais ferramentas, estratégias e acções a considerar na organização e realização de um evento.
- Planificação eficiente.
- Gestão pós-evento.

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.



Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados maioritariamente os Métodos Expositivo e Inquisitivo.

Regime de Avaliação dos Formandos

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção

## **Como construir uma apresentação multimédia**

### OBJECTIVO:

Conhecer e utilizar eficientemente ferramentas de construção e desenvolvimento de apresentações, nomeadamente Powerpoint e Mediacerter.

### Destinatários

Esta acção destina-se a Directores e Responsáveis de áreas de negócios, Directores Comerciais, Gestores Seniores, Comercias, Directores e Responsáveis de Marketing que tenham necessidade de transmitir informação, fazer apresentações ou dar formação.

Duração: 2 horas formação em sala

### Objectivos a atingir

- Dotar o formando de competências necessárias para a identificação, de equipamentos, aplicações e ferramentas de apresentação.
- Conhecer a mais utilizada ferramenta de desenvolvimento de apresentações – powerpoint.
- Regras e boas-práticas.
- Gestão de uma apresentação

## **Como implementar uma campanha Google Ads**

### OBJECTIVO:

Conhecer e implementar com eficiência uma campanha de GoogleAds – publicidade online.

### Destinatários:

Esta acção destina-se a Directores e Responsáveis de áreas de negócios, Directores e Responsáveis de Marketing e Comunicação, Directores Comerciais, Gestores Seniores com objectivos comerciais que pretendam desenvolver acções de Marketing com objectivo de crescimento de vendas, visibilidade e notoriedade.

Duração: 4 horas formação em sala

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

### Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados maioritariamente os Método Expositivo e Inquisitivo.

*Regime de Avaliação dos Formandos*

Avaliação contínua; Preenchimento de uma grelha de avaliação da acção,

## **Como tornar eficiente a utilização das Redes Sociais**

### OBJECTIVO:

Conhecer e utilizar com eficiência diferentes redes sociais e profissionais de acordo com objectivos previamente estipulados.

### Destinatários:

Esta acção destina-se a todos os que pretendam utilizar a internet como forma de visibilidade e/ou promoção pessoal ou profissional.

Duração: 4 horas formação em sala

### Material Necessário

Computador/Portátil, Projector, Fotocópias e Quadro branco. Nesta sessão não serão necessários equipamentos ou materiais especiais adicionais.

### Material Didático:

Será distribuído, por cada módulo/sessão, toda a informação importante ou pertinente para a formação, em formato papel ou electrónico

### Metodologia da Realização do Curso

Serão utilizados essencialmente os Método Expositivo e Inquisitivo.