

Curso

Fundamentos de Marketing





Curso

Fundamentos de Marketing

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 6 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Pessoas com formação superior nas áreas das Ciências Empresariais que queiram aprofundar os seus conhecimentos neste domínio

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-de-gestao/curso/fundamentos-marketing

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estrutura e conteúdo

pág. 18

06

Metodologia

pág. 24

07

Perfil dos nossos alunos

pág. 32

08

Impacto para a sua carreira

pág. 36

09

Benefícios para a sua empresa

pág. 40

10

Certificação

pág. 44

01

Boas-vindas

O marketing, entendido como o conjunto de técnicas comerciais que ajudam as empresas a vender, está em plena expansão devido aos grandes benefícios que acarreta. Neste sentido, é fundamental que os profissionais das empresas conheçam os fundamentos desta importante disciplina e as formas corretas de os executar. Por esta razão, este Curso da TECH abordará em profundidade todas estas características, dotando o profissional das competências necessárias para pôr em prática técnicas inovadoras e eficazes que ajudem a atingir os objetivos empresariais da organização.



Curso de Fundamentos de Marketing
TECH Universidade Tecnológica



“

A TECH coloca nas suas mãos o mais completo compêndio de conteúdos do setor com um único objetivo: formá-lo para poder utilizar corretamente as técnicas de Marketing mais eficazes"

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos mais elevados padrões acadêmicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma Universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudara alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“*Caso de Sucesso Microsoft Europa*” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95%

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.



A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04

Objetivos

Os objetivos deste Curso baseiam-se na satisfação das necessidades educativas dos profissionais das Ciências Empresariais no domínio do Marketing nas empresas de diversos setores e tamanhos. Neste sentido, foi estabelecido de forma realista um Curso abrangente para conduzir os alunos à excelência académica e encorajá-los a alcançar uma progressão eficiente na sua carreira. Por todas estas razões, esta capacitação será para o aluno um percurso de crescimento, tanto pessoal como profissional, que o conduzirá à máxima qualidade na sua intervenção como especialista em cálculos empresariais.



“

A experiência internacional, o compromisso ético e a perspicácia empresarial são algumas das características mais procuradas pelos gestores na era digital"

**A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos
Trabalham em conjunto para os alcançar**

O Curso de Fundamentos de Marketing capacitará o aluno para:

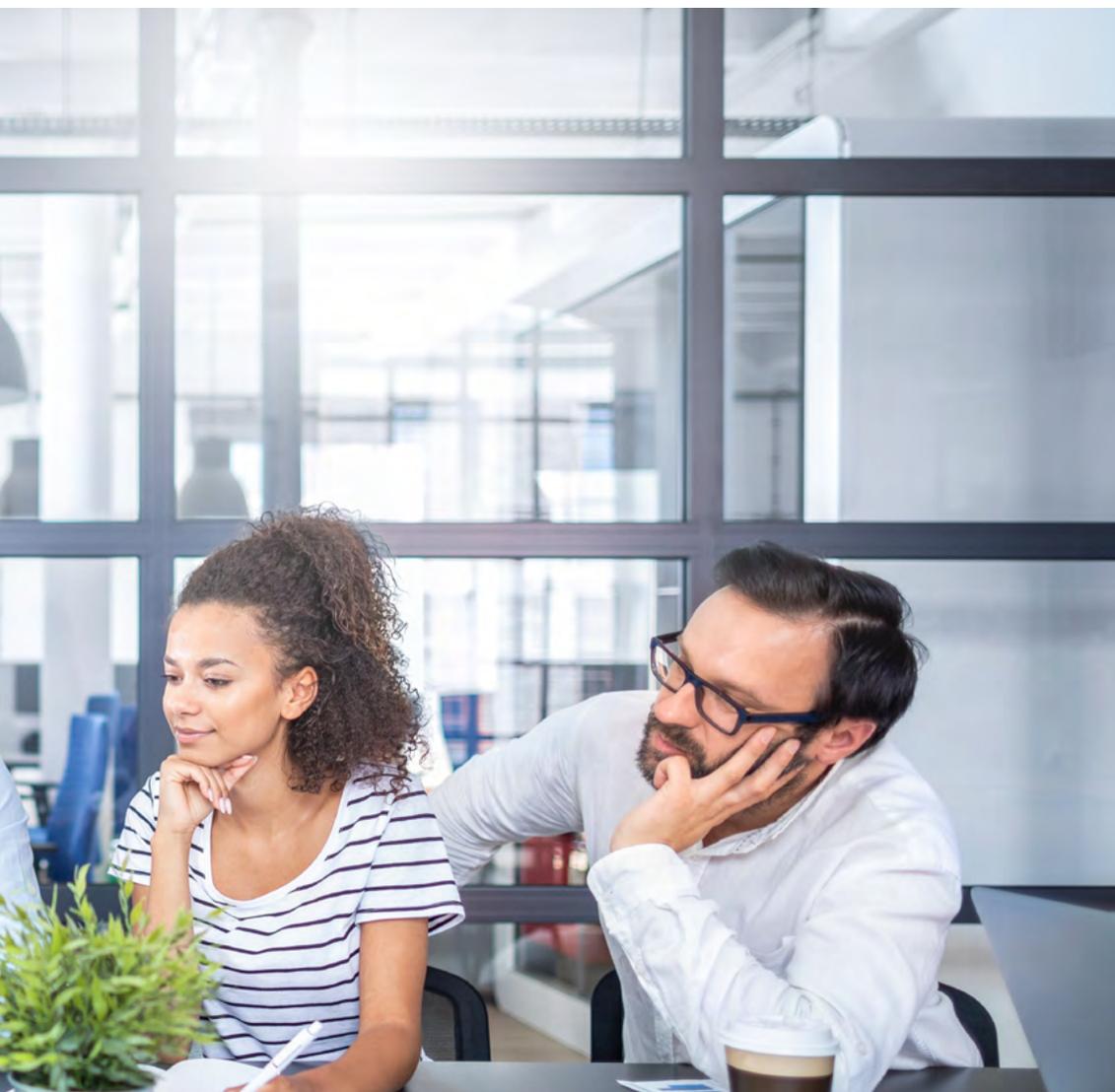
01

Ter uma visão global e geral do funcionamento dos Fundamentos de Marketing e da sua implicação nas empresas

02

Conhecer as noções básicas e as definições de marketing





03

Definir a importância do Marketing no ambiente empresarial e nas organizações

04

Conceber estratégias de publicidade, produtos e serviços

05

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste Curso foi concebido por uma equipa de especialistas na matéria para responder especificamente às necessidades dos profissionais das ciências empresariais. Este compêndio de conteúdos foi também criado com uma perspetiva centrada na aprendizagem aplicada que permitirá ao profissional intervir com sucesso através de uma visão alargada ligada ao ambiente real da profissão. Assim, este Curso tornar-se-á no principal trunfo do aluno para entrar com sucesso num mercado de trabalho que exige cada vez mais profissionais especializados em Fundamentos de Marketing.



“

O que estuda é muito importante. As aptidões e competências adquiridas são fundamentais. Não encontrará um conteúdo mais completo do que este"

Plano de estudos

O marketing é um sistema baseado na investigação de um mercado com o objetivo de oferecer valor às pessoas que o compõem e de satisfazer o cliente com um objetivo comercial. Esta disciplina ocupa-se igualmente do estudo do comportamento dos mercados e das necessidades dos consumidores.

Compreendendo a sua importância para as empresas, os profissionais da TECH conceberam este completíssimo Curso que tem como objetivo dotar os profissionais das empresas das metodologias e procedimentos que regem o funcionamento do Marketing. Por conseguinte, durante a capacitação, serão abordados temas como os diferentes modelos de marketing, o comportamento dos consumidores e a análise da oferta e da procura. Estes conteúdos ajudarão o profissional a ter uma visão muito mais profunda do funcionamento do nicho empresarial, o que o ajudará a estabelecer estratégias que conduzam a bons resultados.

Ao longo desta ação educativa, os alunos analisam uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual e em equipa, o que lhes permitirá adquirir uma compreensão aprofundada dos Fundamentos de Marketing. Esta imersão total em situações reais dar-lhe-á uma visão mais completa e eficaz deste setor e ajudá-lo-á a compreender como estas operações serão o principal trunfo dos profissionais quando se trata de analisar e prever o estado da organização com uma maior taxa de sucesso.

Por outro lado, em termos gerais, o conteúdo deste Curso de Fundamentos de Marketing foi concebido para favorecer o desenvolvimento de competências que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes de incerteza. Isto permitirá efetuar operações de natureza matemática mais frutuosas e muito mais orientadas para o sucesso.

Este Curso decorre ao longo de 6 semanas e tem apenas 1 módulo:

Módulo 1

Fundamentos de Marketing



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Curso de Fundamentos de Marketing completamente online. Durante os 6 semanas de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.

Módulo 1. Fundamentos de Marketing

<p>1.1. Introdução ao marketing</p> <p>1.1.1. Conceito de marketing</p> <p>1.1.1.1. Definição de marketing</p> <p>1.1.1.2. Evolução e atualidade do marketing</p> <p>1.1.2. Diferentes abordagens ao marketing</p>	<p>1.2. O marketing nas empresas: estratégico e operacional. O plano de marketing</p> <p>1.2.1. A gestão comercial</p> <p>1.2.2. Importância da gestão comercial</p> <p>1.2.3. Diversidade de formas de liderança</p> <p>1.2.4. O marketing estratégico</p> <p>1.2.5. A estratégia comercial</p> <p>1.2.6. Âmbitos de aplicação</p> <p>1.2.7. O planeamento comercial</p> <p>1.2.8. O plano de marketing</p> <p>1.2.9. Conceito e definições</p> <p>1.2.10. Etapas do plano de marketing</p> <p>1.2.11. Tipos de planos de marketing</p>	<p>1.3. O ambiente empresarial e o mercado das organizações</p> <p>1.3.1. O ambiente</p> <p>1.3.2. Conceitos e limites do ambiente</p> <p>1.3.3. Macroambiente</p> <p>1.3.4. Microambiente</p> <p>1.3.5. O mercado</p> <p>1.3.6. Conceitos e limites do mercado</p> <p>1.3.7. Evolução dos mercados</p> <p>1.3.8. Tipos de mercados</p> <p>1.3.9. A importância da concorrência</p>	<p>1.4. O comportamento dos consumidores</p> <p>1.4.1. A importância do comportamento na estratégia</p> <p>1.4.2. Fatores de influência</p> <p>1.4.3. Vantagens para a empresa</p> <p>1.4.4. Benefícios para o consumidor</p> <p>1.4.5. Abordagens ao comportamento dos consumidores</p> <p>1.4.6. Características e complexidade</p> <p>1.4.7. Variáveis envolvidas</p> <p>1.4.8. Diferentes tipos de abordagens</p>
<p>1.5. Etapas no processo de compra do consumidor</p> <p>1.5.1. Foco</p> <p>1.5.2. Abordagem de acordo com diferentes autores</p> <p>1.5.3. A evolução do processo na história</p> <p>1.5.4. Fases</p> <p>1.5.5. Reconhecimento do problema</p> <p>1.5.6. Procura de informações</p> <p>1.5.7. Avaliação de alternativas</p>	<p>1.5.8. Decisão de compra</p> <p>1.5.9. Pós-compra</p> <p>1.5.10. Modelos na tomada de decisões</p> <p>1.5.11. Modelo económico</p> <p>1.5.12. Modelo psicológico</p> <p>1.5.13. Modelos comportamentais mistos</p> <p>1.5.14. A segmentação do mercado na estratégia organizacional</p> <p>1.5.15. A segmentação do mercado</p> <p>1.5.16. Conceito</p>	<p>1.5.17. Tipos de segmentação</p> <p>1.5.18. A influência da segmentação nas estratégias</p> <p>1.5.19. Importância da segmentação nas empresas</p> <p>1.5.20. Planeamento de estratégias baseadas na segmentação</p>	<p>1.6. Os critérios de segmentação dos mercados de consumo e industriais</p> <p>1.7. Procedimento de segmentação</p> <p>1.7.1. Delimitação do segmento</p> <p>1.7.2. Identificação de perfis</p> <p>1.7.3. Avaliação do procedimento</p>
<p>1.8. Critérios de segmentação</p> <p>1.8.1. Características geográficas</p> <p>1.8.2. Características sociais e económicas</p> <p>1.8.3. Outros critérios</p> <p>1.8.4. Reação dos consumidores à segmentação</p>	<p>1.9. Mercado de oferta e procura. Avaliação da segmentação</p> <p>1.9.1. Análise da oferta</p> <p>1.9.1.1. Classificações da oferta</p> <p>1.9.1.2. Determinação da oferta</p> <p>1.9.1.3. Fatores que afetam a oferta</p> <p>1.9.2. Análise da procura</p> <p>1.9.2.1. Classificações da procura</p> <p>1.9.2.2. Áreas de mercado</p> <p>1.9.2.3. Estimativa da procura</p> <p>1.9.3. Avaliação da segmentação</p> <p>1.9.3.1. Sistemas de avaliação</p> <p>1.9.3.2. Métodos de controlo</p> <p>1.9.3.3. Feedback</p>	<p>1.10. O marketing mix</p> <p>1.10.1. Definição de marketing mix</p> <p>1.10.1.1. conceito e definição</p> <p>1.10.1.2. História e evolução</p> <p>1.10.2. Elementos do marketing mix</p> <p>1.10.2.1. Produto</p> <p>1.10.2.2. Preço</p> <p>1.10.2.3. Distribuição</p> <p>1.10.2.4. Promoção</p> <p>1.10.3. Os novos 4P do marketing</p> <p>1.10.3.1. Personalização</p> <p>1.10.3.2. Participação</p> <p>1.10.3.3. Peer to peer</p> <p>1.10.3.4. Previsões modeladas</p>	<p>1.10.4. Estratégias de gestão atual da carteira de produtos. Crescimento e estratégias de concorrência de marketing</p> <p>1.10.5. Estratégias de carteira</p> <p>1.10.5.1. A matriz BCG</p> <p>1.10.5.2. A matriz de Ansoff</p> <p>1.10.5.3. A matriz da posição competitiva</p> <p>1.10.6. Estratégias</p> <p>1.10.6.1. Estratégia de segmentação</p> <p>1.10.6.2. Estratégia de posicionamento</p> <p>1.10.6.3. Estratégia de fidelização</p> <p>1.10.6.4. Estratégia funcional</p>

1.11. Os componentes de um sistema de informação de marketing

- 1.11.1. Definição de sistemas de informação
- 1.11.2. Definição e conceitos
- 1.11.3. O sistema de informação de gestão
- 1.11.4. Introdução à *Big Data*
- 1.11.5. Componentes de um sistema de informação
- 1.11.6. Componentes
- 1.11.7. Tipos de dados
- 1.11.8. Investigação de mercado

1.12. Conceito, objetivos, aplicações e fontes dos estudos de mercado

- 1.12.1. Observação e definição do mercado
 - 1.12.1.1. Estudo das necessidades
 - 1.12.1.2. Tipos de estudos
 - 1.12.1.3. Conceito de mercado
- 1.12.2. Investigação estratégica
 - 1.12.2.1. Análise do ambiente
 - 1.12.2.2. Segmentação
 - 1.12.2.3. Posicionamento
- 1.12.3. Investigação tática
 - 1.12.3.1. Marketing operacional
 - 1.12.3.2. Marketing mix
 - 1.12.3.3. Marketing analítico

1.13. Metodologia para a realização de um estudo de mercado

- 1.13.1. Definição do produto e do público-alvo
 - 1.13.1.1. O produto
 - 1.13.1.2. O público
- 1.13.2. Objetivos do estudo de mercado
 - 1.13.2.1. Definição dos objetivos
 - 1.13.2.2. Tipos de produtos
 - 1.13.2.3. Seleção da oferta
- 1.13.3. Elementos do estudo
 - 1.13.3.1. Recolha de dados
 - 1.13.3.2. Análise do comportamento dos consumidores
 - 1.13.3.3. Relatório
- 1.13.4. Projetos quantitativos e qualitativos
 - 1.13.4.1. Tipos de investigação
 - 1.13.4.2. Projetos quantitativos
 - 1.13.4.3. Projetos qualitativos



Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira”

06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais”

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



Práticas de aptidões e competências

Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

Perfil dos nossos alunos

Este Curso de Fundamentos de Marketing destina-se a profissionais de Ciências Empresariais e Marketing que pretendam atualizar os seus conhecimentos na área da gestão das operações matemáticas aplicadas às empresas e progredir na sua carreira para um futuro promissor neste domínio. O compêndio de conhecimentos que adquirirão após a conclusão desta especialização completa permitir-lhes-á trabalhar neste domínio com sucesso garantido e posicionar-se como especialistas em empreendedorismo digital.



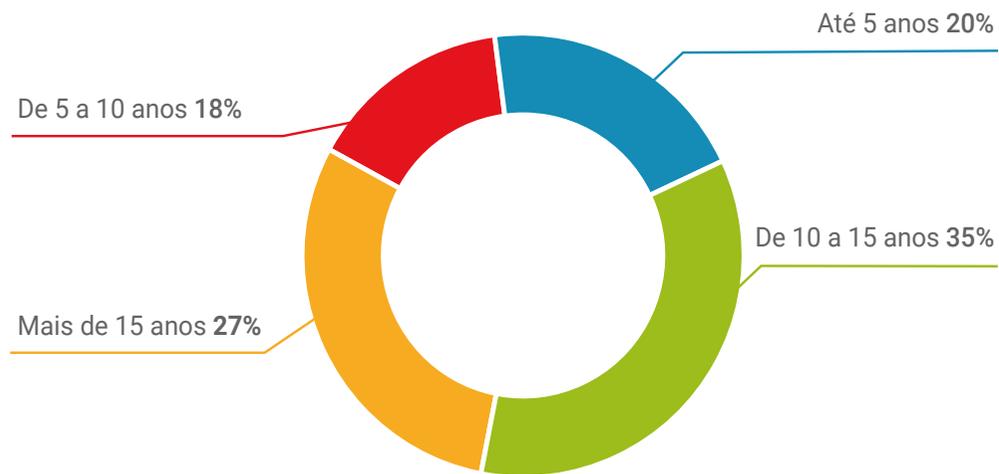
“

Se deseja alcançar uma evolução interessante na sua trajetória profissional enquanto continua a trabalhar, este é o curso certo para si”

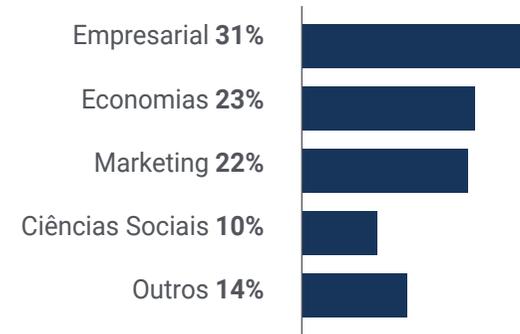
Idade média

Entre **35** e **45** anos

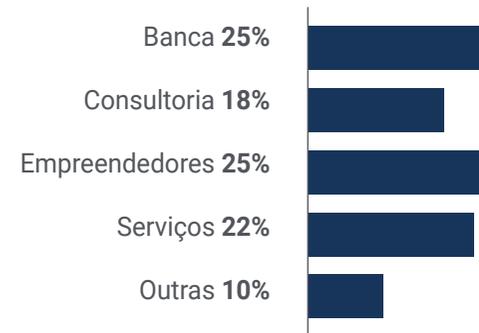
Anos de experiência



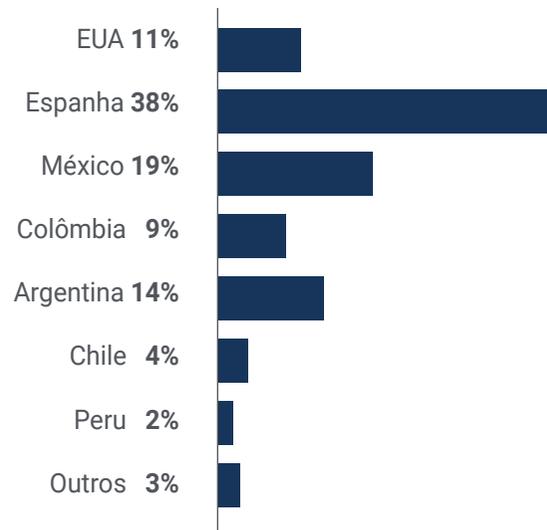
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Lidia Sánchez

Departamento de Contabilidade

"Não é a primeira vez que escolho a TECH para a minha capacitação e obtenho sempre os mesmos resultados. Graças a esta grande equipa de profissionais, consegui o que queria: atualizar os meus conhecimentos em operações matemáticas para empresas e sentir que faço o meu trabalho diário de uma forma mais eficiente. Continuarei sem dúvida a escolher esta universidade para as minhas próximas capacitações"

08

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que frequentar um Curso com estas características é um grande investimento económico, profissional e claro, pessoal.

O objetivo final deste grande esforço deve ser o crescimento profissional. Portanto, todos os esforços e ferramentas são postos à sua disposição para que adquira as competências e capacidades necessárias para alcançar esta mudança.



“

Na TECH estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a atingir a mudança profissional que deseja”

Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o uma excelente melhoria profissional

Com esta especialização, o aluno poderá avançar drasticamente na sua profissão, embora não haja dúvida de que, para o fazer, terá de fazer um investimento em diferentes áreas, tais como a económica, profissional e pessoal.

No entanto, o objetivo é melhorar a sua vida profissional e, para isso, é necessário lutar.

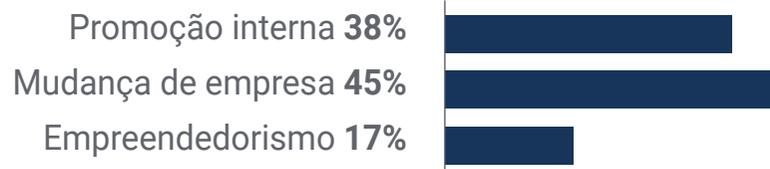
Realize a mudança profissional que procura especializando-se com a TECH.

Graças a este Curso, receberá um grande número de ofertas de emprego com as quais poderá iniciar o seu crescimento profissional.

Momento de mudança



Taxa de câmbio



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento no salário anual de mais de **25,22%** para nossos alunos



09

Benefícios para a sua empresa

O Curso de Fundamentos de Marketing contribui para elevar o talento da organização ao seu potencial máximo através da especialização de líderes de alto nível. Desta forma, com a participação neste Curso, evoluirá não só a nível pessoal mas, sobretudo, a nível profissional, aumentando as suas qualificações e melhorando as suas competências de gestão. Além disso, entrar na comunidade educativa da TECH é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.





“

Nesta era digital, levará para a empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que podem trazer mudanças relevantes na organização”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



10 Certificação

O Curso de Fundamentos de Marketing garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Fundamentos de Marketing** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de recepção, o certificado* correspondente ao título de **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Fundamentos de Marketing**

Modalidade: **online**

Duração: **6 semanas**

ECTS: **6**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Curso

Fundamentos de Marketing

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 6 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso

Fundamentos de Marketing

