



Curso: MARKETING E VENDAS

Presencial – 12 horas aulas

Valor Investimento: R\$ 750,00 em 10x R\$ 75,00 OU À vista R\$ 675,00

O QUE VC VAI APRENDER:

MARKETING: Conceitos de marketing. Ambiente de marketing. Administração de marketing. Plano de marketing. Composto de marketing (4Ps). Comportamento do consumidor e atendimento ao cliente. Mídias Sociais. Marketing para Pequenas Empresas. Análise de mercados e segmentação de mercado. Conceitos Gerais sobre as várias fases de desenvolvimento de Plano de Marketing. Elaboração das ferramentas necessárias para o desenvolvimento do Plano de Marketing (apresentação e discussão de diversos conceitos e ferramentas). Aspectos introdutórios. Os processos decisórios do consumidor. Diferenças individuais. Processos psicológicos. Influências ambientais. As estratégias de Marketing e a responsabilidade ética. As premissas do Endomarketing.

VENDAS: Otimização dos resultados em Vendas e Negociações através do aprendizado prático de novas posturas, transformando o que antes era ocasional e inconsciente em técnicas comportamentais, deliberadamente colocadas em prática. É comum vermos clientes comprando produtos e serviços, mas ninguém vendendo, onde os colaboradores são meramente tiradores de pedidos.

Objetivo:

Desenvolver o estudo da negociação como processo avançado, Disponibilizar conhecimentos básicos e práticos, para todos os tipos e formações acadêmicas de profissionais de empresas caracterizadas como pequenas e média, de serviços e de produtos, sejam eles funcionários próprios ou terceirizados, gerentes ou membros de direção, com o propósito de capacitá-los para exercerem suas funções focadas na busca de excelência e da competitividade empresarial.

Ementa:

- **NEGOCIAÇÃO:** A negociação como instrumento de gestão e liderança de equipes. Características de um bom negociador. Perfil do negociador brasileiro. Os ambientes de negociação e os principais tipos de abordagens. O processo, planejamento e preparação de negociações. As formas de abordar conflitos. Maximização de resultados/relacionamento com as partes. O poder.
- **MARKETING:** Aspectos introdutórios. Os processos decisórios do consumidor. Diferenças individuais. Processos psicológicos. Influências ambientais. As estratégias

de Marketing e a responsabilidade ética. As premissas do Endomarketing. Empowerment.

- VENDAS: Otimização dos resultados em Vendas e Negociações através do aprendizado prático de novas posturas, transformando o que antes era ocasional e inconsciente em técnicas comportamentais, deliberadamente colocadas em prática. É comum vermos clientes comprando produtos e serviços, mas ninguém vendendo, onde os colaboradores são meramente tiradores de pedidos.

Conteúdo Programático:

- Estratégia de Segmentação;
- Mix de Marketing;
- Precificação;
- Tipos de tributação;
- Estratégia de vendas;
- Técnicas de Vendas;

Currículo do Professor: JOÃO CARLOS MOREIRA

- Formado em Administração de empresas pela UNESPAR – Universidade Estadual do Paraná. MBA em Gestão Empresarial com Ênfase Gestão Estratégica pela FGV – Fundação Getúlio Vargas. Especialista em Marketing, Comunicação em Negócios pela INBRAPE – Instituto Brasileiro de Pesquisas Socioeconômicas.
- Consultor master da Minar Consultoria e Treinamento Empresarial desde 2009, atendendo principalmente micro e pequenas empresas na região metropolitana de Londrina.
- Professor Universitário das disciplinas: Gerenciamento de Departamento Pessoal, Planejamento estratégico, Plano de negócios, Plano de marketing, Gestão comercial e Pesquisa de mercado nos cursos de: Administração, tecnólogos em gestão financeira e RH.
- Professor do Curso de Pós-graduação: MBA em gestão de Pessoas na disciplina de Marketing Estratégico.

Contato:

Telefone/Whatsapp: (43) 9.8841-2721 – Elisa Freitas

Email: cursos@minarconsultoria.com.br