

Análise de mercados e consumidores

Duração: 20 horas

Formato: Presencial

Certificação: DGERT



Objetivo:

- Reconhecer a importância do mercado e do comportamento dos consumidores como fonte geradora de valor, potencializando a adaptação às constantes mudanças da sociedade e da estratégia de comunicação da empresa.

Programa:

1. Conceitos básicos de Marketing;
2. Estudos de mercado;
3. Marketing estratégico e o ambiente envolvente;
4. O mercado;
5. Comportamento do comprador;
6. Segmentação e seleção do mercado alvo;
7. O mercado e o consumidor.

