

Marketing Intelligence no Apoio à Internacionalização | 1ª Edição

28h00 | 03 – 24 maio 2019

03 maio	Sexta-feira	18h00:22h00	<p>Sessão de apresentação.</p> <p>M1- Passos a ter em conta num projeto de Marketing Intelligence em mercados internacionais: o planeamento da abordagem da internacionalização da nossa marca / produto; definição do problema/oportunidade; identidade universal e dimensional; isolar as referências do país de origem; elaboração de lista de perguntas de negócio a responder e estabelecer ranking de prioridades.</p>	Joaquim Silva Ricardo Maia
04 maio	Sábado	09h00:13h00	<p>M2- A pesquisa qualitativa de Marketing Intelligence em mercados internacionais: o recrutamento; o design da pesquisa; as metodologias; o material de pesquisa; o trabalho de campo qualitativo; análise e relatório.</p>	Ricardo Maia
10 maio	Sexta-feira	18h00:22h00	<p>M2- A pesquisa qualitativa de Marketing Intelligence em mercados internacionais: o recrutamento; o design da pesquisa; as metodologias; o material de pesquisa; o trabalho de campo qualitativo; análise e relatório [cont.].</p>	Ricardo Maia
11 maio	Sábado	09h00:13h00	<p>M2- A pesquisa qualitativa de Marketing Intelligence em mercados internacionais: o recrutamento; o design da pesquisa; as metodologias; o material de pesquisa; o trabalho de campo qualitativo; análise e relatório.</p>	Ricardo Maia
17 maio	Sexta-feira	18h00:22h00	<p>M3 - A pesquisa quantitativa de marketing Intelligence em mercados internacionais: o <i>Market sizing</i>: quanto vale o mercado?; o design da pesquisa; as metodologias; o material de pesquisa; o trabalho de campo; a análise e elaboração do relatório.</p>	Marco Escadas
18 maio	Sábado	09h00:13h00	<p>M3 - A pesquisa quantitativa de marketing Intelligence em mercados internacionais: o <i>Market sizing</i>: quanto vale o mercado?; o design da pesquisa; as metodologias; o material de pesquisa; o trabalho de campo; a análise e elaboração do relatório [cont.].</p>	Marco Escadas
24 maio	Sexta-feira	18h00:22h00	<p>M3 - A pesquisa quantitativa de marketing Intelligence em mercados internacionais: o <i>Market sizing</i>: quanto vale o mercado?; o design da pesquisa; as metodologias; o material de pesquisa; o trabalho de campo; a análise e elaboração do relatório.</p>	Marco Escadas

* O planeamento previsto pode/deve ser ajustado com base no perfil e/ou das necessidades de formação dos formandos