



11ª Edição
Poliemprende
Projetos de Vocação Empresarial

Empreendedorismo no Instituto Politécnico de Santarém

Workshop sobre Plano de Marketing

2 de abril - 14h 30m

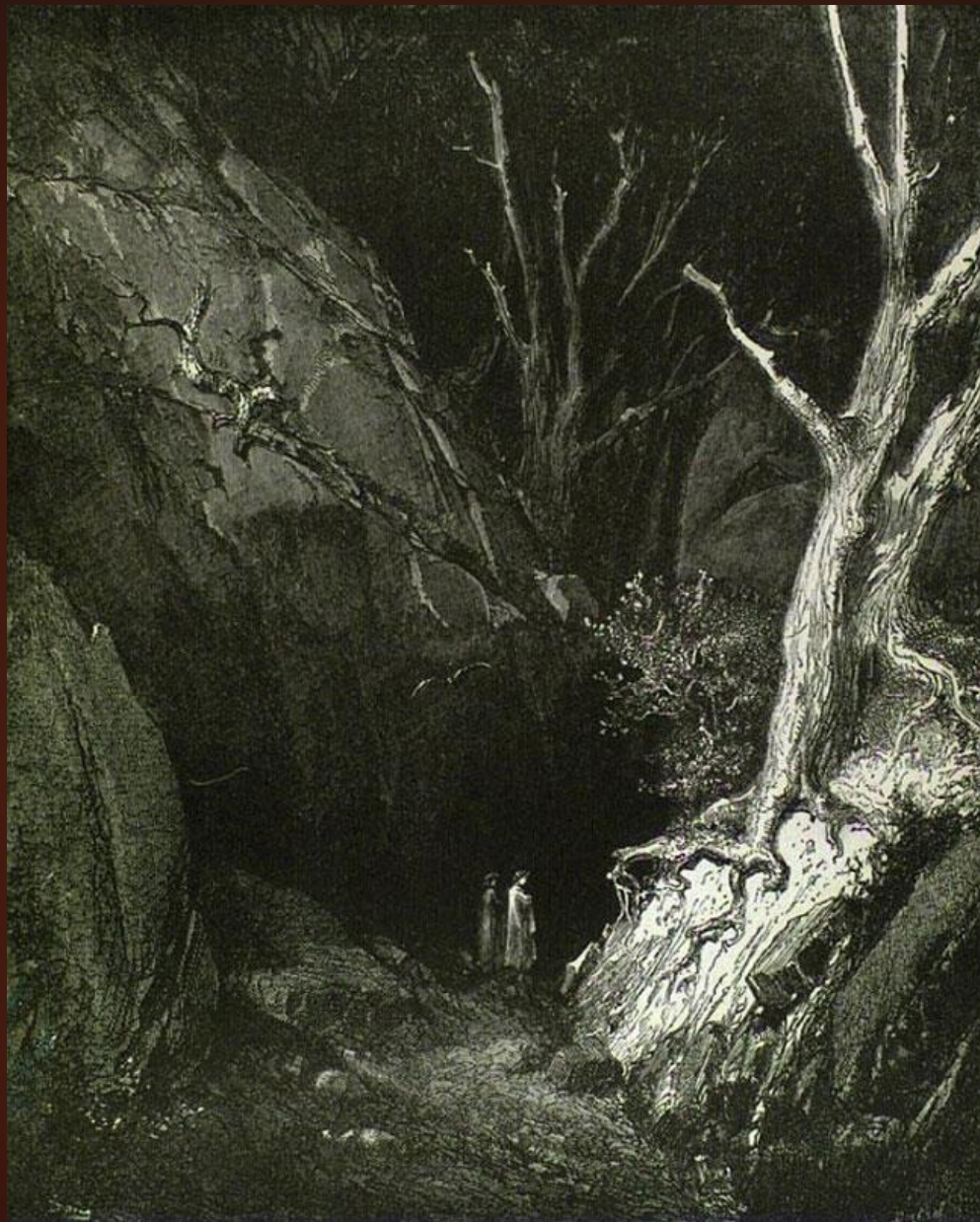
Santarém

Programa

Sessão sobre plano de marketing da nova Empresa

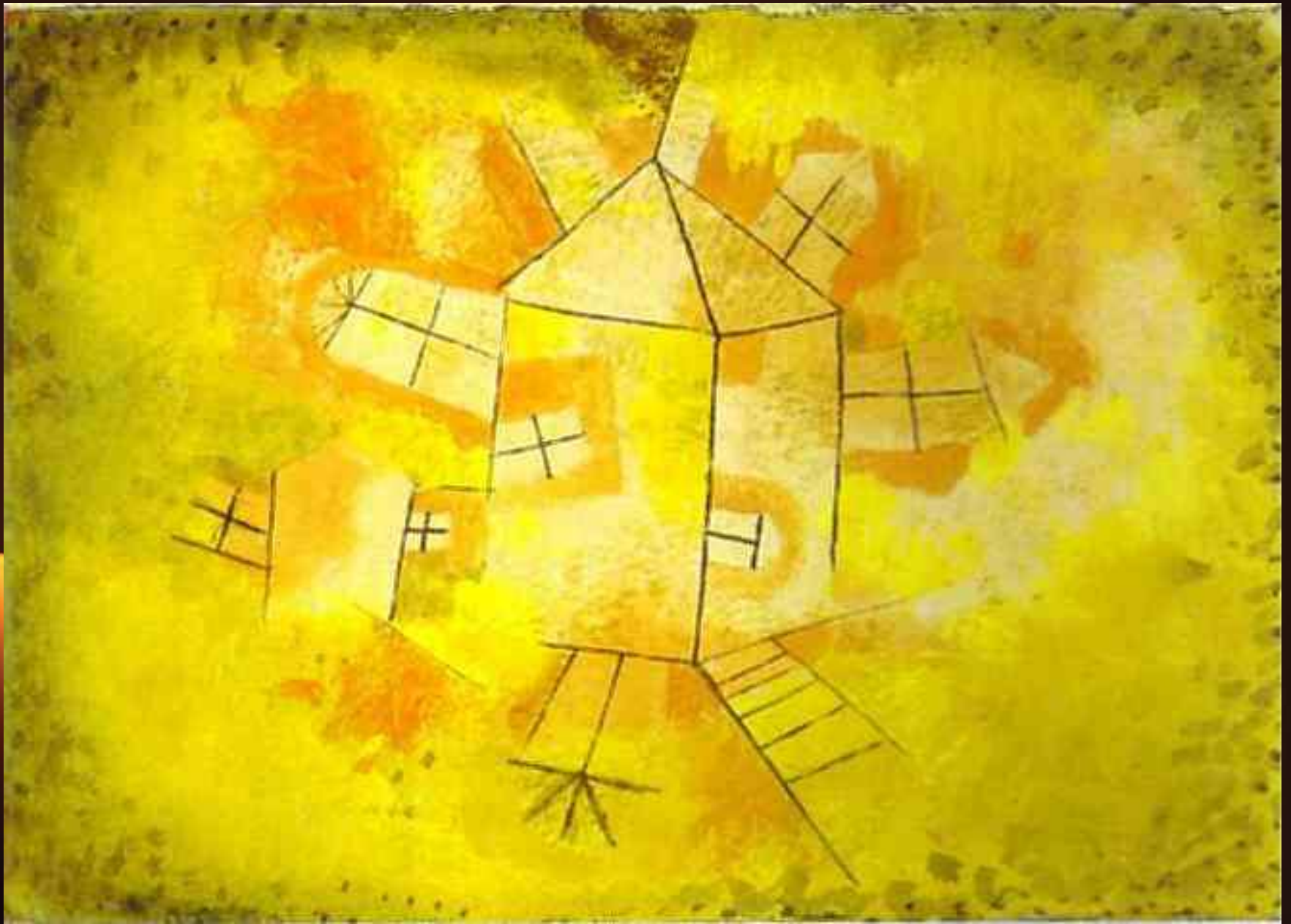
António Balbino Caldeira





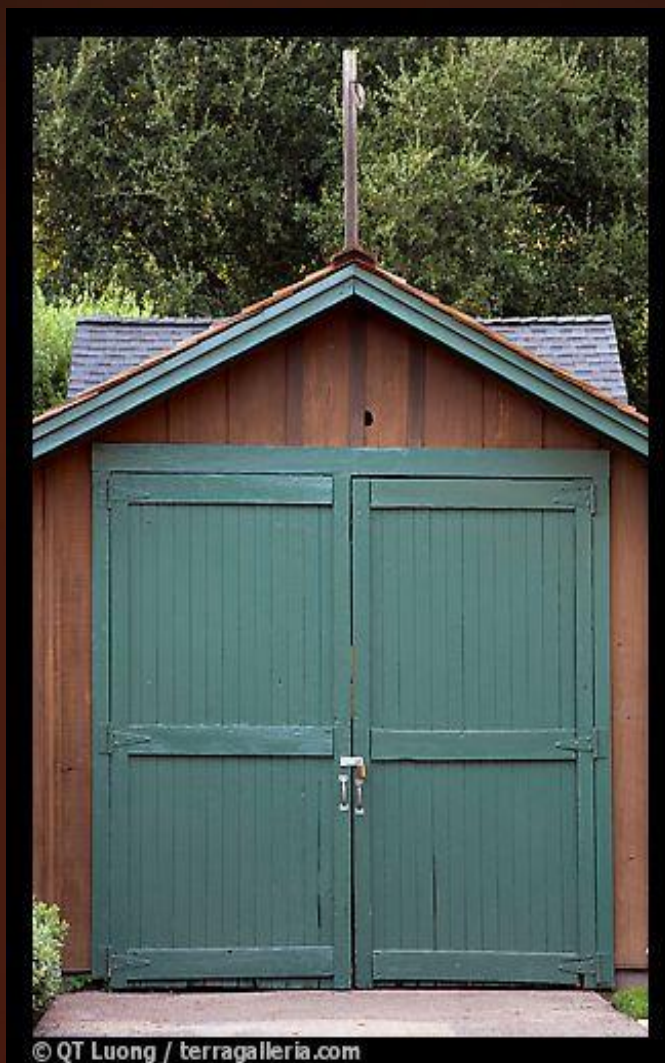
Gustave Doré (1869-1871). Forêt obscure. Gravura para Divina Commedia, de Dante.

António Balbino Caldeira



Paul Klee (1921). *Revolving House*. Thyssen-Bornemisza. Madrid.

António Balbino Caldeira



Garagem HP, Palo Alto, California, EUA (1939) – 20 m2

<http://www.hp.com/hpinfo/abouthp/histnfacts/garage/brief.pdf>

Processo de criação de um produto

I- Criação de produto

1. Geração de ideias
2. Seleção de ideias
3. Desenvolvimento e teste de conceitos
4. Definição da estratégia de marketing
5. Análise de viabilidade económica

II- Desenvolvimento de produto

6. Desenvolvimento de produto e teste do produto
7. Teste de mercado

III- Comercialização

8. Comercialização

Plano de Negócio

1. Sumário

2. Análise

- 2.1. Análise da instituição
- 2.2. Análise do setor
- 2.3. Análise do cliente
- 2.4. Análise dos resultados
- 2.5. Análise dos fornecedores
- 2.6. Análise dos concorrentes
- 2.7. Análise da cooperação
- 2.8. Análise do ambiente externo
- 2.9. Análise SWOT
- 2.10. Análise de viabilidade económica-financeira

3. Recomendações

- 3.1. Missão
- 3.2. Objetivos
- 3.3. Estratégias:
- 3.4. Táticas: produto, preço, comunicação e distribuição
- 3.5. Planos de acção
- 3.6. Planos financeiros
- 3.7. Organização
- 3.8. Controlo
- 3.9. Planos de contingência

Anexos



Pierre-Auguste Renoir (1899-1913). Bouquet de roses. Ermitage. São Petersburgo

António Balbino Caldeira