

# Certificado



Certificamos que

**Bernardo Nemer**

concluiu o Curso "Marketing Promocional"  
do Programa de Educação Continuada do Portal Educação, na qualidade de participante.

Período: 30/06/2015 a 29/07/2015

Carga horária: 80 h

Thalita Vieira  
Gerente de Conteúdo

Guilherme Dias  
Diretor Executivo



O Portal Educação é  
mantenedora da ABED



As Melhores Empresas  
para Você Trabalhar - Guia  
Exame VOCÊ S/A



As Melhores Empresas para  
Trabalhar - Revista Época



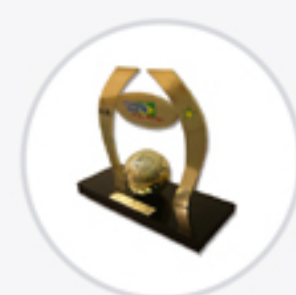
250 Pequenas e Médias  
Empresas que Mais  
Crescem - Exame PME



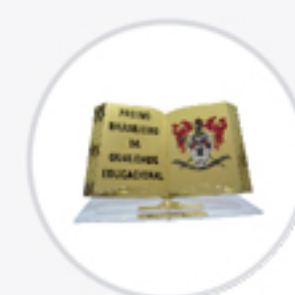
Prêmio Consumidor Moderno  
Excelência em Serviços ao  
Cliente - Melhor atendimento  
em educação



Prêmio Empreendedor de  
Sucesso Revista Pequenas  
Empresas & Grandes  
Negócios - Ed. Globo 1-



Prêmio e-Learning Brasil  
Vencedor Categoria  
T&D e Referência Nacional



Prêmio Brasileiro da  
Qualidade Educacional



Prêmio Nacional de  
Excelência na Educação



# Conteúdo Programático Curso de Marketing Promocional

Introdução	Os Meios de Comunicação
Contextualizando os Negócios no Mundo Globalizado	Veículos Visuais
Aspectos do Contexto Globalizado	Veículos Auditivos
A Era do E-Business	Veículos Audiovisuais
Tendências Orientadas para o Cliente	Veículos Funcionais
Aproximação do Conceito de Marketing	Mídia Tradicional
Conceituando o Marketing	Mídia AlternativaA Escolha e a Decisão dos Meios
Administração de Marketing	O Plano de Mídia
Os Princípios do Marketing	Os Termos de Mídia
Marketing na Perspectiva Global	O Tempo de Mídia
O Comportamento do Cliente	O Plano de Comunicação
A Tipologia do Cliente	A Definição da Verba
Quanto ao Estágio de Relacionamento	Agência de Comunicação - Freelancer - Miniagência Dentro da Empresa
Quanto ao Nível de Lealdade	A Remuneração da Agência de Propaganda
Tipologia do Consumidor Brasileiro	Os Custos de Prestação de Serviços da Agência de Propaganda
Tendência de Retorno ao Lar, Associado ao Sentimento de Insegurança	Merchandising no Ponto de Venda (PDV)
Decisão de Compra dos Consumidores	Os Elementos do Merchandising
Participação Direta	Funções do Merchandising
Participação Indireta	Os Resultados do Merchandising
Modelo do Comportamento de Compra	Merchandising no Varejo e suas Práticas
Fatores que Influenciam o Comportamento do Cliente	Compras Por Impulso
O Processo Decisório de Compra	Compras Planejadas
Elementos Fundamentais do Marketing	O Layout e a Exibição de Mercadorias
Produto	O Plano de Merchandising
Necessidades	A Comunidade Inserida nas Ações de Comunicação
Desejos	A Avaliação dos Resultados da Campanha
Demandas	Aspectos Legais
Mercados	Categorias do Marketing Promocional
Público-Alvo	A Relação Do Marketing Promocional com a Internet
Valor	Código de Ética do Marketing Promocional
Posicionamento	Princípios Fundamentais do Marketing Promocional
Variáveis Mercadológicas	Aplicações
Variáveis Internas	Definições, Normas e Recomendações Gerais
Variáveis Externas	Relações entre Promotor, Agente Intermediário e Receptores
A Pesquisa de Marketing	Normas e Recomendações
Analisando o Marketing	Fiscalização Ética - Cadastro de Ideias Promocionais
Composto De Marketing: 4 Ps, Cs, As	Funções e Política de Remuneração dos Serviços do Agente Intermediário
Definindo o Produto	Remuneração dos Serviços dos Fornecedores pelos Agentes Intermediários
Definindo o Preço	Regras de Conduta entre Agente Intermediário e Receptor
Praça ou Distribuição	Responsabilidades
Promoção	Recomendações Gerais para Aplicação dos Princípios em Todas as Formas de Promoção de Vendas
Entendendo a Estrutura de uma Campanha Promocional	Penalidades e Sanções
Etapa I - A Comunicação	Disposições Gerais
Os Elementos do Processo de Comunicação	Referências Bibliográficas.
O Plano de Comunicação	
Iniciando o Plano de Comunicação	
Etapa II - As Campanhas	
A Escolha e a Aprovação do Tipo de Campanha	
Ciclo de Vida e Campanha Recomendada	
Etapa III - O Plano de Promoção	
A Promoção	
As Técnicas de Promoção	
Ferramentas e suas Características	
Promoção Dirigida ao Comércio	
Ferramenta e suas Características	
Promoção Dirigida ao Cliente Empresarial	
O Desenvolvimento do Plano Promocional	
Avaliando Respostas Por Meio do Modelo AIDA	
O Calendário Promocional	

## Programa de Educação Continuada

Certificado Registrado Sob o N. 2185507 em 29/07/2015

Atenção: Este certificado tem validade em fins curriculares e em provas de títulos, como um certificado de atualização/ aperfeiçoamento/ extensão, respeitando a carga horária descrita, não podendo ser usado para outros fins. ***Não é*** um certificado técnico profissionalizante, ***não é*** um certificado de graduação, e não dá direitos ao participante, em utilizar o mesmo de forma ilícita ou a revelia de Lei, de órgãos profissionais a autoridades competentes.

Portal Educação Ltda. CNPJ 04.670.765/0001-90