



BALANÇO FINAL DO MÓDULO

Formando/a:	Francisco Reis
Ação:	Técnico Auxiliar de Farmácia nº 6 - NSPRO
Módulo:	9832 – Fundamentos do marketing
Formador/a:	Carla Coelho
Data:	09/02/2023

Objetivos

- Identificar os fundamentos do marketing.
- Reconhecer o marketing como filosofia de gestão.
- Descrever o contexto histórico do aparecimento do marketing.
- Analisar os processos de marketing numa perspetiva operacional e em contexto de mercado.

Conteúdos

- Marketing
 - Fundamentos
 - Filosofia de gestão
- Contexto histórico
 - Evolução do marketing/Ética e código de conduta
 - Marketing nas empresas e nas organizações não lucrativas
- Processos de marketing
 - Funções do marketing e do gestor de marketing
 - Marketing estratégico e operacional
 - Centralidade no cliente
 - Conceitos centrais do marketing
- Micro e macro envolvente
- Públicos
- Marketing no contexto de mercado

Os conteúdos abordados nesta UFCD – Fundamentos do marketing, ministrada pela formadora Carla Coelho, irão ser uma mais-valia para o meu futuro, uma vez que, a formação me dará uma certificação de Técnico Auxiliar de Farmácia. Todos os conteúdos lecionados neste curso são de extrema importância para o trabalho a desempenhar no futuro, como para pode desempenhar funções ligadas ao marketing.

Como todas as ciências, o marketing tem uma origem e segue uma evolução. Antes de 1925, era chamada era da produção, com foco na eficiência da fabricação. De 1925 a 1950, a era das vendas, focada na venda do estoque existente, e de 1950 a 1990, a era do marketing, focada nas necessidades e desejos dos clientes. 1990 Hoje, a era do marketing de relacionamento, foco na fidelização de fornecedores e clientes.



Evolução que as empresas devem acompanhar para evitar perdas. Temos o exemplo da Nokia, fabricante dominante de telemóveis nos anos 90, praticamente desapareceu dos mercados.

Um dos erros foi falta de inovação, e a incapacidade de responder às necessidades dos clientes, clientes que atraídos pelos iPhone, IOS da APPLE, e pelo Android, que depois foi adquirido pela Google, sistemas operativos mais amigo do utilizador, com mais possibilidades, mais aplicações que o Symbian da Nokia. A aquisição da Nokia pela Microsoft em 2013, aquisição que tinha como plano de fundo as patentes da marca, de nada adiantou; os clientes não queriam Windows Phone, queriam IOS e Android e as aplicações disponíveis, principalmente as da Google YouTube, Maps, Gmail, Etc. como também o Snapchat, aplicações que a loja do Windows Phone não tinha. Permitindo a Apple e à Samsung dominar a mercado global dos smartphones.

Atualmente a Nokia voltou aos mercados, a Microsoft tinha alterado o nome da marca para Windows Lumia, permitiu a uma empresa finlandesa, a HMD Global, voltar a licenciar o nome Nokia 'by HMD'. Infelizmente a marca já não consegue encontrar lugares de topo no mercado. A Apple e a Samsung conseguiram fidelizar os clientes.

Em resumo, uma campanha de marketing mal orientada, deita abaixo uma empresa.

Agradeço a formadora Carla Coelho, todo o empenho demonstrado para que as sessões decorressem de uma forma entusiasmante, fazendo com que conseguíssemos adquirir de uma forma mais simples esta informação que considero de extrema importância.

Palavras-Chave: Marketing, Inovação, Gestão, Fidelização