

14 de Junho de 2010

PwC Academy promove formação de Métricas de Marketing e Vendas

O curso decorre nos dias 23 e 24 de Junho

A PwC Academy, escola de formação de executivos da PricewaterhouseCoopers, lança o curso “Métricas de Marketing e Vendas”, orientado para gestores de marketing e comerciais que queiram ultrapassar os actuais desafios da competitividade empresarial.

O programa aborda um alargado conjunto de indicadores de gestão aplicados às vendas e a todas as acções da área comercial que são fundamentais para a prevenção, análise e implementação do Plano de Negócios, ajustado aos objectivos da empresa.

A formação irá decorrer nos escritórios da PricewaterhouseCoopers, em Lisboa, nos dias 23 e 24 de Junho, com a duração total de 16 horas.

O programa é dirigido por Pedro Celeste, coordenador do PAME (Programa Avançado de Marketing para Executivos) e do PAGEB (Programa Avançado de Gestão Bancária) na Universidade Católica e Director-geral da PC&A – Consultores de Marketing Estratégico.

De acordo com César Gonçalves, Partner da PwC e responsável pela PwC Academy, “*Os desafios da competitividade não podem estar dissociados dos objectivos da rentabilidade do negócio, como um todo, e das táticas que um gestor de marketing ou comercial decide levar a cabo. Neste sentido, esta formação permite conhecer, ajustar e aplicar as ferramentas disponíveis aos objectivos da empresa, ajudando a uma tomada de decisão rigorosa e eficiente.*”

Para mais detalhes sobre o Programa e Condições, consulte www.pwcacademy.pt

Contactos:

Rui Silva | Porter Novelli | 213 136 104 | rui.silva@porternovelli.pt

Diana Aguilar | Porter Novelli | 213 136 117 | diana.aguilar@porternovelli.pt

NOTAS

1. A PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) presta serviços profissionais de auditoria, fiscalidade e assessoria de gestão orientados por indústria, de forma a aumentarem a confiança pública e a acrescentarem valor para os seus clientes e stakeholders. Mais de 163,000 profissionais distribuídos por 151 países trabalham em conjunto e partilham as suas ideias, experiência e soluções para desenvolverem novas perspectivas e uma assessoria efectiva.
2. “PricewaterhouseCoopers” e “PwC” referem-se à rede de entidades que são membros da PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL), cada uma das quais é uma entidade legal distinta e não actuam como agentes da PwCIL, nem das restantes entidades membros da network. A PwCIL não presta serviços a clientes. A PwCIL não assumirá qualquer responsabilidade perante terceiros por actos ou omissões praticados no exercício da actividade profissional dos seus membros, nem exerce qualquer controlo sobre, ou os vincula juridicamente. Nenhuma das entidades pertencentes à rede PwC exerce qualquer controlo sobre, nem vincula juridicamente as demais entidades no exercício da sua actividade profissional pelo que não poderão as mesmas ser responsabilizadas, a que título for, perante terceiros por actos ou omissões praticados no exercício das respectivas actividades profissionais.

Métricas de Marketing e Vendas | 23 e 24 de Junho

2010 PricewaterhouseCoopers. Todos os direitos reservados.

Nota adicional para o redactor: PricewaterhouseCoopers é uma só palavra, em que o primeiro P e o segundo C deverão ser escritos em letra maiúscula.