

FICHA SÍNTESE DE CURSO

DESIGNAÇÃO DO CURSO	2 Marketing Operacional na AP
ÁREA ESTRATÉGICA	Interesse e Serviço Público
ÁREA TEMÁTICA	Comunicação, Informação e Marketing
DURAÇÃO	9 horas (parte do percurso de Marketing na AP)
DESTINATÁRIOS/ CONDIÇÕES DE ACESSO	<p>Dirigentes em cargos de direção superior</p> <p>Dirigentes em cargos de direção intermédia</p> <p>Trabalhadores da carreira geral de técnico superior</p> <p>Trabalhadores da carreira geral de assistente técnico</p> <p>Trabalhadores da carreira geral de assistente operacional</p> <p>Trabalhadores de carreiras especiais</p>
REGIME DE FORMAÇÃO	E-Learning
OBJETIVOS GERAIS	Conhecer e selecionar recursos e ferramentas de marketing operacional para execução de planos estratégico no âmbito da Administração Pública.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> – Identificar as diferenças entre marketing estratégico e operacional – Identificar e aplicar os principais conceitos e ações inerentes ao Marketing Operacional, no âmbito da Administração Pública – Definir objetivos claros e mensuráveis no âmbito do marketing operacional aplicado a entidades públicas – Conhecer, selecionar e aplicar recursos e ferramentas de marketing operacional para execução de planos estratégicos no âmbito da Administração Pública – Conhecer e aplicar diversos conceitos e ações inerentes ao marketing operacional, nomeadamente o marketing mix, na AP
PROGRAMA DO CURSO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing Operacional: Primeiros Conceitos 2. Conhecendo o Planeamento Operacional: marketing mix 3. Desenvolvimento de um Planeamento Operacional 4. Aplicações e casos reais