

FICHA SÍNTESE DE CURSO

DESIGNAÇÃO DO CURSO	1 MARKETING ESTRATÉGICO NA AP
ÁREA ESTRATÉGICA	Interesse e Serviço Público
ÁREA TEMÁTICA	Comunicação, Informação e Marketing
DURAÇÃO	9 horas
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	Presencial / E-Learning
OBJETIVOS GERAIS	Identificar e caracterizar os principais conceitos para a conceção de uma estratégia de marketing estratégico aplicada a entidades públicas.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Entender o modelo de marketing atual e como se aplica à entidades públicas - Identificar e caracterizar os principais conceitos envolvidos, como <i>benchmarking</i>, análise de mercado, segmentação, <i>targeting</i> e posicionamento - Definir metas e objetivos a longo e médio prazo no âmbito do marketing estratégico - Demonstrar como aplicar as principais ferramentas do marketing-mix através de situações aplicadas a casos reais
PROGRAMA DO CURSO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing e o processo de marketing 2. Análise situacional 3. O planeamento estratégico e o processo de marketing

4. Desenvolvimento da estratégia e o processo de marketing
5. Marketing-Mix