

## 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

**DESTINATÁRIOS/**

**CONDIÇÕES DE ACESSO**

Dirigentes em cargos de direção superior  
 Dirigentes em cargos de direção intermédia  
 Trabalhadores da carreira geral de técnico superior  
 Trabalhadores da carreira geral de assistente técnico  
 Trabalhadores da carreira geral de assistente operacional  
 Trabalhadores de carreiras especiais

**REGIME DE FORMAÇÃO**

Presencial / 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**

- 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**

1. Marketing Operacional: Primeiros Conceitos
2. Conhecendo o Planeamento Operacional: marketing mix
3. Desenvolvimento de um Planeamento Operacional
4. Aplicações e casos reais