

## FICHA SÍNTESE DE CURSO

<b>DESIGNAÇÃO DO CURSO</b>	<b>1   Marketing Estratégico na AP</b>
<b>ÁREA ESTRATÉGICA</b>	Interesse e Serviço Público
<b>ÁREA TEMÁTICA</b>	Comunicação, Informação e Marketing
<b>DURAÇÃO</b>	9 horas (parte do percurso de Marketing na AP)
<b>DESTINATÁRIOS/ CONDIÇÕES DE ACESSO</b>	<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>
<b>REGIME DE FORMAÇÃO</b>	E-Learning
<b>OBJETIVOS GERAIS</b>	Identificar e caracterizar os principais conceitos para a conceção de uma estratégia de marketing estratégico aplicada a entidades públicas.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender o modelo de marketing atual e como se aplica à entidades públicas</li> <li>- Identificar e caracterizar os principais conceitos envolvidos, como <i>benchmarking</i>, análise de mercado, segmentação, <i>targeting</i> e posicionamento</li> <li>- Definir metas e objetivos a longo e médio prazo no âmbito do marketing estratégico</li> <li>- Demonstrar como aplicar as principais ferramentas do marketing-mix através de situações aplicadas a casos reais</li> </ul>

### PROGRAMA DO CURSO

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