

FICHA DE CURSO

CURSO:	Marketing em Serviços Públicos
ÁREA DE FORMAÇÃO:	Transversal
PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO:	Programa de Capacitação em Comunicação e Marketing Percurso Formativo II – Marketing em Serviços Públicos
DURAÇÃO:	14 Horas
HORÁRIO:	Manhã: 09h30 - 13h00 / Tarde: 14h00 - 17h30
DESTINATÁRIOS:	Dirigentes em cargos de direção superior Dirigentes em cargos de direção intermédia Trabalhadores da carreira geral de técnico superior Trabalhadores da carreiras especiais
MODALIDADE:	Presencial
TEMAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing de serviços no setor público e no setor privado. - Comunicação do valor publico. - Marketing interno. - Estratégias e táticas de marketing. - Conteúdos de marketing público.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar o que é Marketing de serviços e destrinçar maketing de serviços público e privado. 2. Compreender o que é valor público e saber comunica-lo. 3. Entender o que significa comunicar em marketing. 4. Compreender a importância do marketing interno. 5. Capacitar-se para o desenho de estratégias e táticas de marketing da sua instituição. 6. Elaborar conteúdos de marketing público.
PROGRAMA DO CURSO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução à agenda. 2. Nova Comunicação e Marketing Públicos. 3. Marketing de serviços: onde para osetor público? 4. Comunicar em Marketing. 5. Marketing Interno. 6. Estratégia e Tática no Marketing de serviços. 7. Qualidade e Experiência de Serviços. 8. Exercício Prático.



FORMADOR(A):

A designar.