

FICHA DE CURSO

CURSO:	Estratégia e Planeamento de Marketing
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"> - Conceito de marketing. - Análise de mercado. - Marketing estratégico. - Segmentação, targeting e posicionamento. - Ferramentas do marketing-mix.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar e caracterizar os principais conceitos de Marketing. 2. Identificar e caracterizar os principais conceitos de análise de mercado. 3. Identificar e caracterizar os principais conceitos e teorias do marketing estratégico. 4. Identificar e caracterizar os principais conceitos e teorias de segmentação, targeting e posicionamento. 5. 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. A envolvente de marketing. 3. Análise situacional. 4. O planeamento estratégico e o processo de marketing. 5. Desenvolvimento da estratégia e o processo de marketing. 6. Marketing-Mix.
FORMADOR(A):	A designar.