

Marketing Territorial para as Entidades Públicas

54h00 | 15 fevereiro – 29 março

15 fevereiro	4h	18h00:22h00	M1	Governança, ordenamento e gestão do território, planeamento estratégico de cidades	António Azevedo
16 fevereiro	4h	09h00//13h00	M2	Estratégias de construção de marcas de cidade (Branding)	António Azevedo
21 fevereiro	4h	18h00//22h00	M3	Planos de ação – residentes, investidores, turistas, potencial residentes, comerciantes	Paula Remoaldo
22 fevereiro	4h	18h00//22h00	M3		Luís Miguel Ribeiro
28 fevereiro	4h	18h00//22h00	M4	Estratégia de comunicação de marketing integrado multicanal – Plano de marketing e orçamento	Sara Balonas
01 março	4h	18h00//22h00	M5	Gestão da inovação como alavanca do desenvolvimento de cidades	Joaquim Borges Gouveia
07 março	4h	18h00//22h00	M4	Estratégia de comunicação de marketing integrado multicanal – Plano de marketing e orçamento	Custódio Oliveira
08 março	4h	18h00//22h00	M6	Gestão e valorização do património	Daniela Pinto
14 março	4h	18h00//22h00	M7	Marketing mix do turismo: desenvolvimento de novos produtos	Bruno Sousa
15 março	4h	18h00//22h00	M8	Organização de eventos, experiências e redes de animação turística	Carlos Martins
21 março	4h	18h00//22h00	M9	Relações exteriores e cooperação intercidades	Carlos Martins
22 março	2h	18h00//22h00	M10	Sustentabilidade e coesão social, “Right to the city”;	António Azevedo
	2h	18h00//22h00	M11	Reportabilidade, estudos de mercado e indicadores de monitorização;	António Azevedo
28 março	4h	18h00//22h00	M12	Seminários Estudos de Caso	Maria Cristina Moreira
29 março	4h	18h00//22h00	M12	Seminários Estudos de Caso	João Abreu

* O planeamento previsto pode/deve ser ajustado com base no perfil e/ou das necessidades de formação dos formandos