

Marketing Territorial para as Entidades Públicas

52h | Data a definir

00 - mês	Dia	00h00//00h00	M1	Governança, ordenamento e gestão do território, planeamento estratégico de cidades;	António Azevedo (EEG UM)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M2	Estratégias de construção de marcas de cidade (Branding);	António Azevedo (EEG UM)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M3	Planos de ação – residentes, investidores, turistas, potencial residentes, comerciantes;	Luís Miguel Ribeiro (AEP IET) Paula Remoaldo (UM Lab2PT)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M4	Estratégia de comunicação de marketing integrado multicanal – Plano de marketing e orçamento;	Sara balonas (ICS UM)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M5	Gestão da inovação como alavanca do desenvolvimento de cidades;	Joaquim Borges Gouveia (U.Aveiro Energia)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M6	Gestão e valorização do património;	A anunciar brevemente
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M7	Marketing mix do turismo: desenvolvimento de novos produtos;	Bruno Sousa (IPCA)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M8	Organização de eventos, experiências e redes de animação turística;	Carlos Martins (Opium)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M9	Relações exteriores e cooperação intercidades;	Carlos Martins (Opium)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M10	Sustentabilidade e coesão social, “Right to the city”;	António Azevedo (EEG UM)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M11	Reportabilidade, estudos de mercado e indicadores de monitorização;	António Azevedo (EEG UM)
00 - mês	Dia	00h00//00h00	M12	Seminários Estudos de Caso	João Abreu (IPP) Maria Cristina Moreira Cláudia Henriques

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