

<b>MATRIZ CURRICULAR DE PÓS-GRADUAÇÃO (LATO SENSU) EaD MBA EM MARKETING POLÍTICO E ELEITORAL</b>		
<b>MÓDULO</b>	<b>DISCIPLINAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	Objetivos da publicidade no setor público	25
	Secretarias envolvidas na execução do marketing público	25
	Marketing público e desenvolvimento regional	25
	Marketing do setor público versus marketing político: o conflito entre o interesse público e o interesse dos agentes políticos	25
	Aplicação de ferramentas de marketing no setor público	25
	Criação de identidade de marca para os programas/serviços públicos	25
	Planejamento das ferramentas de marketing para publicidade no setor público	25
	Formação de parcerias estratégicas	25
	Pesquisa e coleta de dados para o entendimento sobre o público-alvo	20
	Relações entre marketing público, político, eleitoral e governamental	20
	O consumidor de serviços públicos	20
	O que os cidadãos desejam de agências públicas	20
	Estabelecimento de preços motivadores para os serviços públicos	20
	Otimização de canais de distribuição dos serviços públicos	20
	A melhoria dos serviços e a satisfação dos cidadãos como clientes do serviço público	20
	A responsabilidade social dos órgãos públicos	20
<b>TOTAL</b>		<b>360</b>