

Qualidade e Marketing Públíco

1. Apresentação geral

1.

Curso: Licenciatura em Contabilidade e Administração – Ramo de Gestão e Administração Pública

2. Objetivo geral

3. Programa resumido

4. Bibliografia principal

Área/ Subárea: Organização e Gestão

Semestre: 6º semestre

Carga horária: 4,5 h

ECTS: 6

2.

Proporcionar aos alunos a compreensão dos aspetos teóricos e práticos da gestão da Qualidade e do Marketing Públíco no contexto específico dos Organismos públicos e na sua relação com as políticas públicas.

Aprofundar o conhecimento relativo a um conjunto de técnicas, ferramentas e metodologias utilizadas na gestão da qualidade e na implementação de programas de marketing público.

Contribuir para o aprofundamento e debate de temáticas cuja pertinência e atualidade conferem a esta disciplina um carácter de abrangência com incontestado relevo para a fase final da licenciatura de Administração Pública.

3.

Parte A - Qualidade

1. Introdução à Gestão da Qualidade

2. Origem e evolução histórica da Gestão da Qualidade

3. Modelos teóricos de Qualidade. Implementação de Sistemas de Qualidade. Prémios de Qualidade

4. O Sistema Português de Gestão de Qualidade

5. A Qualidade no contexto da Administração Pública

6. Implementação de Sistemas de Gestão / Avaliação da Qualidade na Administração Pública
7. Ferramentas e Técnicas para o Diagnóstico de Qualidade
8. Aplicação prática de Sistemas de Qualidade em Áreas Sectoriais da Administração Pública

Parte B - Marketing

1. Os conceitos fundamentais do Marketing
2. A natureza e as oportunidades do Marketing Público
3. O Marketing-mix na Administração Pública
4. As aplicações de Marketing Público
5. Teoria do Marketing Público: estudos e análises da procura e da oferta aplicados ao Marketing Público
6. Plano estratégico de Marketing Público: orientações fundamentais e preparação de um plano

4.

Essencial:

António, N. S., Teixeira, A., Rosa, A. (2016). Gestão da Qualidade: De Deming ao modelo de excelência da EFQM. 2.ª edição, Edições Sílabo.

Kotler, Philip, LEE, Nancy. 2008. Marketing no Sector Público. São Paulo: Bookman.

Rocha, J. O. (2010) Gestão da Qualidade aplicada à Administração Pública. Lisboa: Escolar Editora.

Complementar:

Caetano, J. P. (2002). Marketing dos Locais, Faro: Faculdade de Economia da Universidade do Algarve.

Chias, I. (1995). Marketing Públis. Madrid: Mc Graw Hill.

Gaster, L., e Squires, A. (2003). Providing Quality in the Public Sector. Maidenhead: Open University Press,

Landrevie, J e Outros (2004). Mercator XXI, Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações D. Quixote.

Mwita, J. I. (2000). Performance Management Model: A Systems-based approach to public service quality. International Journal of Public Sector Management, 13(I), 19-37.

Pinto, A; Soares, I. (2011). Sistemas de Gestão da Qualidade: Guia para a sua implementação. Lisboa: Edições Sílabo.

Pires, A. (1991). Marketing: conceitos, técnicas e problemas de gestão. Lisboa: Editorial Verbo.

Pires, A. (2016). Sistemas de Gestão da Qualidade. 2.ª edição, Sílabo Gestão.

Rocha, J. A. Oliveira (2011). Gestão Pública – Teorias, modelos e prática, Escolar Editora.

Sotomayor, A. M.; Rodrigues, J.; e Duarte, M. (2014). Princípios de Gestão das Organizações. 2ª ed., Lisboa: Rei dos Livros.

Sotomayor, A. M.; Rodrigues, J.; e Duarte, M. (2014). Exercícios de Gestão das Organizações. Lisboa: Rei dos Livros.

Dec-Lei 166A99 Sistema Qualidade Serviços Públicos

Normas ISO 9000

Sistema de Gestão da Qualidade (IPQ)