
 <p>REPÚBLICA PORTUGUESA</p> <p>EDUCAÇÃO</p> <p>Direção Geral dos Estabelecimentos Escolares</p> <p>Direção de Serviços da Região Centro</p>	 <p>Agrupamento de Escolas de Montemor-o-Velho - COD 161433</p>	<p>Ano Letivo</p> <p>2017/2018</p>	<p>Curso Profissional de Técnico de Apoio à Gestão Desportiva</p> <p>Grupo 430 – Economia e Contabilidade</p> <p>Disciplina: Organização e Gestão Desportiva (OGD2)</p> <p>Ano: 12º Turma: D</p> <p>Planificação anual</p>
---	--	--	--

UFCD/HORAS	Designação	Conteúdos	Objectivos de aprendizagem	Avaliação
7252 –25 h	Marketing no desporto	<p>Fundamentos do marketing do desporto</p> <p>Conceito de marketing</p> <p>Funções do marketing</p> <p>Marketing estratégico e marketing operacional</p> <p>O mercado do desporto</p> <p>Conceito de mercado do desporto</p> <p>Dimensão potencial do mercado</p> <p>Processo de decisão do consumidor de desporto</p> <p>Estudo da concorrência</p> <p>A segmentação do mercado de desporto e o posicionamento</p> <p>Conceito de segmentação</p> <p>Principais critérios de segmentação</p> <p>Escolha dos segmentos de mercado alvo</p> <p>Marketing-mix do desporto</p> <p>A integração dos elementos do mix</p> <p>Tipo de decisões a tomar face:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produto /serviços / atividade - Preços 	<p>Usar corretamente, os conceitos e aplicações do marketing às diferentes organizações do desporto</p> <p>Identificar o mercado do desporto</p> <p>Aplicar ao mercado do desporto os principais critérios de segmentação, seleccionando os segmentos de mercado alvo</p> <p>Colaborar na definição de programas, atividades e eventos desportivos tendo em conta os segmentos de mercado / população a que se destinam</p> <p>Aplicar o conceito de marketing-mix e as relações entre as variáveis: produto /serviços / atividades, preço, distribuição / localização e comunicação</p>	<p>Testes</p> <p>Trabalhos de pesquisa</p> <p>Apresentações orais</p> <p>Resolução de exercícios</p> <p>Relatórios</p>

<p>7255– 25 h</p>	<p>Relações Públicas no Desporto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Distribuição / localização - Comunicação <p>Relações públicas</p> <p>Função e papel</p> <p>Conceito e objetivos</p> <p>A opinião pública da organização desportiva, programas, atividades e eventos</p> <p>Organização das relações públicas na organização desportiva</p> <p>Tipologia das ações de relações públicas</p> <p>As relações públicas e os diferentes grupos de interessados e destinatários</p> <p>Comerciais: clientes, fans, sócios, participantes, fornecedores, concorrentes</p> <p>Autoridades do governo: câmara municipal, o governo e seus departamentos responsáveis pelo desporto, entidades reguladoras, federações desportivas</p> <p>Entidades financeiras: investidores, banca, patrocinadores</p> <p>Órgãos de comunicação social: imprensa, rádios, internet</p> <p>Trabalhadores</p> <p>Comunidade em geral e os diferentes grupos</p> <p>A utilização dos atletas de renome e as figuras públicas como forma de promoção da organização desportiva, programas, atividades e eventos</p>	<p>Identificar as funções e objetivos das relações públicas</p> <p>Identificar os diferentes grupos de interessados na organização desportiva</p> <p>Reconhecer os destinatários das ações de relações públicas, utilizando as formas mais adequadas para com eles comunicar</p> <p>Identificar e usar as redes sociais para concretizar objetivos das relações públicas</p> <p>Comunicar de forma adequada com os órgãos de comunicação social</p>	
-------------------	---	---	---	--

		<p>Formas de comunicar com os órgãos de comunicação social</p> <p>Contacto e relacionamento com jornalistas</p> <p>Conferência de imprensa</p> <p>Comunicação escrita - normas de redação e prazos de envio</p> <p>Sessão de fotografias</p> <p>Entrevista na rádio e na televisão</p> <p>Formas de comunicar através da internet: sites, portais, blogues e redes sociais</p> <p>Artigos de opinião dos agentes desportivos da organização desportiva nos órgãos de comunicação social e na plataforma internet</p> <p>Etapas de um plano/programa de ações de relações públicas</p>		
--	--	---	--	--