

Planificação Anual
Curso profissional Técnico de Apoio à Gestão Desportiva
Organização e Gestão do Desporto – 2º ano

Ano letivo: 2023/2024

Calendarização (período)	Módulo (7250 – Ética e Deontologia no Desporto)	N.º de aulas (50')
1º Período	<ol style="list-style-type: none"> 1. Princípios fundamentais da ética 2. Ética, doutrina, deontologia e moral <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Conceitos-chave: ética, deontologia, consciência 2.2. Campos de reflexão/intervenção e suas características comuns e diferenciadas 2.3. O método analítico como fundamentação da ética 2.4. Valores fundamentais de um código de ética 2.5. Ética e liberdade: responsabilidade e intencionalidade 3. Códigos de ética e padrões deontológicos <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Códigos de ética pessoal e de deontologia profissional: <ol style="list-style-type: none"> 3.1.1. Da “ciência dos costumes” ao conjunto de deveres 3.1.2. Princípios e normas específicos de um grupo profissional 3.2. Conceitos-chave: deontologia, códigos de ética, conduta profissional 3.3. Papel das normas de conduta profissional na definição da deontologia de uma profissão 3.4. Relação entre as normas deontológicas e a responsabilidade social de um grupo profissional 3.5. Dinâmicas entre a responsabilidade profissional e os diferentes contextos sociais 4. Ética e desenvolvimento institucional <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Relação entre a ética individual e os padrões de ética institucional 4.2. Conceitos-chave: igualdade, diferença, organização comunitária. 4.3. Códigos de ética e conduta institucional como elementos de identidade e formação de princípios reguladores das relações inter-pessoais e socioculturais 4.4. Papel dos princípios éticos e deontológicos institucionais na mediação de conflitos colectivo 5. Comunidade global <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Globalização e as novas dimensões de atitudes: local, nacional, transnacional e global <ol style="list-style-type: none"> 5.1.1. Conceitos-chave: nexos local/global, globalização. 5.2. Internacionalização, transnacionalidade e os problemas éticos colocados pela globalização 5.3. Ambivalências do processo de globalização <ol style="list-style-type: none"> 5.3.1. Abertura de mercados: ética na competitividade 5.3.2. Esbatimento de fronteiras: ética para a 	30

	<p>igualdade/inclusão</p> <p>6. A construção de uma cidadania mundial inclusiva</p> <p>6.1. Importância da criação de plataformas de convergência e desenvolvimento, com vista a uma integração económica mundial</p> <p>6.2. Dimensão ética do combate às desigualdades económico-sociais, no âmbito da globalização</p> <p>7. Exigências em relação à organização, em termos de:</p> <p>7.1. Participação nos objectivos da organização</p> <p>7.2. Promoção do desenvolvimento da imagem da organização</p> <p>7.3. Uso correcto de materiais e equipamentos</p> <p>7.4. Discernimento de julgamento em eventuais situações de conflito</p> <p>7.5. Sigilo profissional</p> <p>8. Exigências em relação ao público externo, em termos de:</p> <p>8.1. Respeito e confiança</p> <p>8.2. Princípio da livre concorrência</p> <p>8.3. Comunicação bilateral</p> <p>9. A ética no desporto</p> <p>9.1. Considerações gerais e princípios organizadores da ética no desporto</p> <p>9.2. O código de ética desportiva</p> <p>9.3. Ética na gestão do desporto e especificidades da gestão do desporto</p> <p>9.4. Questões éticas na intervenção do técnico de apoio à gestão do desporto</p>	

Calendarização (período)	Módulo (7251 – Gestão de Recurso Humanos no Desporto)	N.º de aulas (50')
1º e 2º Período	<p>1. Recursos humanos nas organizações em termos de:</p> <p>1.1. Mercado de trabalho no desporto</p> <p>1.2. Mudanças e transformações da função de gestão de pessoas</p> <p>1.3. Gestão de pessoas num ambiente dinâmico</p> <p>1.4. Capital intelectual</p> <p>1.5. Planeamento estratégico da gestão de pessoas</p> <p>2. Constituição e gestão de equipas de trabalho</p> <p>2.1. Objectivos da descrição e análise de funções</p> <p>2.2. Métodos e fases de descrição e análise de funções</p> <p>2.3. O desenho de tipo de funções</p> <p>2.4. Funções genéricas de um gestor desportivo</p> <p>2.5. Técnicas de recrutamento e selecção de pessoas</p> <p>2.6. Importância da coesão e da comunicação nas equipas de trabalho</p> <p>2.7. Técnicas de gestão e organização da equipa</p> <p>3. Bases fundamentais do conhecimento do grupo</p> <p>3.1. Conceito de grupo</p> <p>3.2. Características do grupo</p> <p>3.3. Fases do desenvolvimento do grupo</p>	30

	3.4. Tipos de grupo 3.5. Influência do grupo sobre o indivíduo e a organização 4. Trabalho em equipa em termos de: 4.1. Integração das pessoas na organização, nos grupos e nas funções 4.2. Equipa e o trabalho 4.3. Orientação de pessoas 4.4. Vivências e funcionamento da equipa de trabalho 4.5. Coesão e conflito 4.6. Liderança 4.7. Motivação 4.8. Condições de trabalho 5. Métodos e instrumentos de gestão de pessoas 5.1. Gestão do efectivo - obrigações legais, mapas de pessoal, balanço social 5.2. A organização prática das tarefas e gestão do tempo do pessoal 5.3. Processos de motivação 5.4. Sistema de construção da remuneração 5.5. Tipo de incentivos 5.6. Tipo de benefícios sociais 5.7. Tipos de contratos de trabalho	

Calendarização (período)	Módulo (7252 - Marketing no Desporto)	N.º de aulas (50')
2º Período	1. Fundamentos do marketing do desporto 1.1. Conceito de marketing 1.2. Funções do marketing 1.3. Marketing estratégico e marketing operacional 2. O mercado do desporto 2.1. Conceito de mercado do desporto 2.2. Dimensão potencial do mercado 2.3. Processo de decisão do consumidor de desporto 2.4. Estudo da concorrência 3. A segmentação do mercado de desporto e o posicionamento 3.1. Conceito de segmentação 3.2. Principais critérios de segmentação 3.3. Escolha dos segmentos de mercado alvo 4. Marketing-mix do desporto 4.1. A integração dos elementos do mix 4.2. Tipo de decisões a tomar face: 4.2.1. Produto /serviços / actividade 4.2.2. Preços 4.2.3. Distribuição / localização 4.2.4. Comunicação	30

Calendarização (período)	Módulo (7253 - Planos de Comunicação no Desporto)	N.º de aulas (50')
2º e 3º Período	1. Fundamentos da comunicação 1.1. O que é a comunicação 1.2. O que é a comunicação de marketing 2. Modelos da comunicação 2.1. Modelo de estímulo e resposta 2.2. Modelo funcional da comunicação 3. Funções da comunicação 4. Gestão da comunicação: do plano de marketing para o plano de comunicação 4.1. Propósitos gerais da comunicação 4.2. Principais elementos do mix de comunicação aplicados aos programas, actividades e eventos desportivos 4.2.1. Publicidade 4.2.2. Marketing directo 4.2.3. Relações públicas 4.2.4. Promoções 4.2.5. Merchandising 4.2.6. Força de vendas 5. Etapas do plano de comunicação 5.1. Análise da situação 5.2. Definição dos objectivos 5.3. Selecção do público-alvo 5.4. Escolha da mensagem 5.5. Escolha dos canais de comunicação, meios e suportes 5.6. Timing/Frequência/Duração 5.7. Definição do orçamento 5.8. Execução do plano, a matriz de comunicação, responsabilidade pela aprovação do plano e das acções 5.9. Avaliação dos resultados face aos objectivos estabelecidos	30

Atividades e estratégias a aplicar

- Exposição oral
- Exemplos práticos – Concepção e Organização de uma atividade desportiva
- Resolução de exercícios
- Desenvolvimento de projetos teórico-práticos
- Realização de trabalhos em grupo/individuais

Materiais Curriculares e Recursos Didáticos

- Internet (pesquisa de informação)
- Projetor de vídeo
- Quadro/QIM
- PowerPoint
- *Excel*

Modalidades de Avaliação

- Fichas de exercícios
- Testes
- Trabalhos
- Avaliação em contexto prático organizativo (atividades desportivas)

NOTA – Sempre que se justifique, por motivos de funcionamento e desenvolvimento dos módulos a **calendarização** desta planificação poderá ser alterada.