

Planificação Modular

CURSO: Técnico de Apoio à Gestão Desportiva

ANO LETIVO: 23/24

Disciplina: OGD

Ano: 2º

Turma: PTAGD

Módulo: Marketing no Desporto

UFCD: 7252

Conteúdos	Objetivos	Atividades/Estratégias	Recursos	Tempos (50')	Instrumentos de avaliação
<p>1. Fundamentos do marketing do desporto</p> <p>2. O mercado do desporto</p> <p>3. A segmentação do mercado de desporto e o posicionamento</p> <p>4. Marketing-mix do desporto</p>	<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, selecionando 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>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposição oral • Exemplos práticos – Conceção e Organização de uma atividade desportiva • Resolução de exercícios • Desenvolvimento de projetos teórico-práticos • Realização de trabalhos em grupo/individuais 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet (pesquisa de informação) • Projetor de vídeo • Quadro/QIM • PowerPoint • Excel 	30	<ul style="list-style-type: none"> - Avaliação de trabalho em sala de aula (e contexto organizativo) - Fichas de trabalho - Trabalhos práticos