

Marketing no Desporto

CONTEXTO DA FORMAÇÃO

O intuito desta formação é capacitar de forma englobada os profissionais do desporto e não só sobre as práticas importantes a ter em conta nos diferentes tipos de mercados desportivos. A forma como percebemos os consumidores e oferecemos produtos e serviços é o factor base do Marketing desportivo

LOCAL DA FORMAÇÃO

On line

OBJETIVOS DO CURSO

No final da formação os formandos devem se capazes de:

- Usar, corretamente, os conceitos e aplicações do marketing às diferentes organizações do desporto
- Identificar o mercado do desporto
- Aplicar ao mercado do desporto os principais critérios de segmentação, selecionando os segmentos de mercado alvo
- Colaborar na definição de programas, atividades e eventos desportivos tendo em conta os segmentos de mercado / população a que se destinam
- Aplicar o conceito de marketing-mix e as relações entre as variáveis: produto /serviços / atividades, preço, distribuição / localização e comunicação

DESTINATÁRIOS

Profissionais de Desporto, de Marketing e gestores de empresas cujo o segmento de mercado desportivo seja aplicável, estudantes de Gestão desportiva/marketing e membros de clubes e organizações desportivas

CARGA HORÁRIA DA FORMAÇÃO

25 horas, aproximadamente 20 dias.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

MARKETING NO DESPORTO

1. Fundamentos do Marketing do Desporto

- 1.1 Conceito de Marketing
- 1.2 Funções de Marketing
- 1.3 Marketing Estratégico e Marketing Operacional

2. O Mercado do Desporto

- 2.1 Conceito do Mercado do Desporto
- 2.2 Dimensão Potencial do Mercado
- 2.3 Processo de Decisão do Consumidor de Desporto
- 2.4 Estudo da Concorrência

3. Segmentação do Mercado do 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:
 - Produtos / Serviços / Atividades
 - Preços
 - Distribuição / Localização
 - Comunicação

Funcionamento on line e avaliação das aprendizagens.

Módulo 1 Fundamentos do Marketing no Desporto	3 dias para exposição dos conteúdos no Moodle (diapositivos)	Após os 3 dias disponibilizada ficha de avaliação	2 dias para entrega via email da ficha de avaliação	Até 5 dias para apresentação de resultados e passagem para o próximo módulo
Módulo 2 O Mercado do Desporto	3 dias para exposição dos conteúdos no Moodle (diapositivos)	Após os 3 dias disponibilizada ficha de avaliação	2 dias para entrega via email da ficha de avaliação	Até 5 dias para apresentação de resultados e passagem para o próximo módulo

<p>Módulo 3 Segmentação do Mercado do Desporto e o Posicionamento</p>	<p>3 dias para exposição dos conteúdos no Moodle (diapositivos)</p>	<p>Após os 3 dias disponibilizada ficha de avaliação</p>	<p>2 dias para entrega via email da ficha de avaliação</p>	<p>Até 5 dias para apresentação de resultados e passagem para o próximo módulo</p>
<p>Módulo 4 Marketing Mix do Desporto</p>	<p>1 semana para exposição dos conteúdos no Moodle (diapositivos)</p>	<p>Após os 3 dias disponibilizada ficha de avaliação</p>	<p>2 dias para entrega via email da ficha de avaliação</p>	<p>Até 5 dias para apresentação de resultados e passagem para o próximo módulo</p>

Para obtenção do Certificado de conclusão com sucesso o Formando terá que ter aproveitamento em todas as fichas de avaliação dos diferentes módulos.

DOCUMENTOS PARA INSCRIÇÃO

Ficha de inscrição;

Currículo Vitae;

Cartão de Cidadão;

ou

Fotocópia do Bilhete de Identidade;

Fotocópia do Cartão de Contribuinte;