

	UFRJ/CCS		
	Unidade:	Escola de Educação Física	
	Departamento:	Jogos	

Disciplina: Marketing Esportivo			
Carga horária por período:	Teórica: 60h	Prática: -----	Créditos: 04
Requisitos: -----			Período: -----

Ementa:

Conceito de marketing esportivo; o mix do marketing esportivo; as novas tendências do marketing esportivo no Brasil e no mundo; patrocínio; tipos de patrocínio; formas de captação de patrocínio; marketing de eventos esportivos; projeto de eventos; merchandising; modalidades de merchandising no esporte; o esporte e a mídia; formas de comunicação; os diversos tipos de retorno dos investimentos no esporte.

Objetivo geral:

Ao final do curso o aluno será capaz de:

- elaborar projetos de marketing esportivo;
- analisar demandas e propor ações de comunicação e marketing para entidades esportivas e empresas investidoras no esporte

Objetivos específicos:

1. Analisar o conceito, usos e aplicações do marketing esportivo
2. Utilizar as diversas técnicas de comunicação e marketing no esporte
3. Elaborar projetos de patrocínio e de comunicação através do esporte

Conteúdo programático:

Unidades:

- 1. Conceito de marketing esportivo; o mix do marketing esportivo; as novas tendências do marketing esportivo no Brasil e no mundo.
- 2. Conceito de patrocínio; tipos de patrocínio; o retorno do patrocínio; como elaborar um projeto de captação de patrocínio
- 3. Marketing de eventos esportivos; o conceito de evento esportivo; os elementos do evento esportivo; como elaborar um projeto de evento.
- 4. Merchandising; modalidades de merchandising no esporte; as técnicas de merchandising.
- 5. O esporte e a mídia; o esporte como mídia alternativa; os investimentos da mídia no esporte.
- 6. Os diversos tipos de retorno dos investimentos no esporte; o retorno de vendas, institucional, promocional e de comunicação.

Metodologia:

Aulas expositivas; exercícios individuais e em grupo; projeção de filmes e debates.

Avaliação:

Prova discursiva; seminários; e apresentação de um projeto final

Bibliografia básica:

Melo Neto, F.P; e Carvalho, Sérgio. Gestão de Marcas nos Esportes, Editora Fontoura: 2005
Cardia, Wesley. Marketing e Patrocínio Esportivo, Bookman: 2004.
J. Mullin, Bernard; Hardy, Stephen; e A. Sutton, William. Marketing Esportivo, Bookman: 2006
Smit, Bárbara. Invasão de Campo, Jorge Zahar Editora: 2007

Bibliografia complementar:

Melo Neto, F.P. Marketing de Eventos, Sprint Editora: 2002
Melo Neto, F.P. Marketing de Patrocínio, Sprint Editora: 2003
Iztvan, A; e Graça filho, Ary. Estratégia Empresarial: Novo Modelo de Gestão do Vôlei, MBooks: 2006
Aidar, A.C.K; Leoncini, M.P; De Oliveira, J.J (org). A Nova Gestão do Futebol. Ed. FGV: 2005