



<b>Unidade Universitária:</b> Centro de Comunicação e Letras		
<b>Disciplina:</b> MARKETING ESPORTIVO (optativa) (LFE em Marketing e Criação)		<b>Código da Disciplina:</b> ENEX00711
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda	<b>Eixo Temático:</b> Planejamento e Marketing	
<b>Carga horária:</b> 25,5h	( x ) Teórica ( ) Prática	<b>Etapa</b> 6ª
<b>Ementa:</b> Estudo sobre a utilização do esporte como ferramenta de comunicação corporativa ou institucional. Aplicação específica dos princípios e processos do marketing a produtos de esporte (times, ligas, eventos, etc.). Discussão de temas como eventos, marketing de relacionamento, assessoria de imprensa, licenciamentos, mídia espontânea, patrocínio esportivo, propriedades dos patrocinadores, merchandising e promoção de vendas.		
<b>Objetivos:</b> Possibilitar ao aluno a compreensão dos conceitos de marketing esportivo, apresentando subsídios e ferramental para a elaboração de estratégias de marketing esportivo neste cenário onde os eventos esportivos têm grande importância mercadológica e visibilidade global.		
<b>Fatos e Conceitos</b>	<b>Procedimentos e Habilidades</b>	<b>Atitudes, Normas e Valores</b>
Compreender dos conceitos fundamentais do marketing esportivo e suas aplicações no mercado atual.	Habilitar o aluno para analisar e discutir as ferramentas e ações de marketing esportivo e sua influência nos processos de comunicação e marketing das empresas, produtos e/ou marcas.	Sensibilizar o aluno para o desenvolvimento de uma Atitude proativa à compreensão mercadológica do mundo dos esportes em geral.



### Conteúdo Programático

- A lucratividade do esporte como negócio:
  - Direitos de arena
  - Marketing Esportivo
  - Televisão
- Gerenciamento de carreira de atletas
  - Licenciamentos
  - Eventos
- Ferramentas de Marketing Esportivo:
  - Marketing de Relacionamento
  - Evento
  - Mídia
  - Internet
  - Assessoria de Imprensa
  - Propaganda
  - Merchandising
- Promoção de Vendas
  - Pesquisa
  - Licenciamento
- Patrocínio Esportivo
  - Valor
  - Mídia Espontânea
  - Patrocínio de Entidades
  - Patrocínio de Atletas
  - Vantagens do Patrocínio
  - Confeção de uma Proposta
- Avaliação
  - Pesquisa
- Clippings: Positivo e Negativo
- Copa do Mundo 2014
  - Investimentos
- Propriedades dos Patrocinadores
  - Propriedades de Mídia
  - Análise do Processo
  -

### Metodologia

Serão utilizados os seguintes recursos:

- Aulas teórico-expositivas dialogadas e exemplificadas para a troca de experiências entre o professor e os alunos sobre os temas vigentes no mercado da comunicação e do marketing.
- Estudo de casos relacionados ao conteúdo da disciplina.
- Exercícios de aplicação dos conceitos apreendidos.
- Avaliações individuais para compreender os conceitos e fundamentos apresentados.
- Elaboração de trabalho prático, com aplicação dos instrumentos e metodologias aprendidos.



### **Critérios de avaliação**

Avaliação intermediária = P1

Trabalho final da disciplina e avaliação final = P2

### **Bibliografia básica**

MELO NETO, Francisco Paulo de. *Marketing esportivo: o esporte como ferramenta do marketing moderno*. Rio de Janeiro: BestSeller, 2013. 320 p. ISBN 9788576845782. Número de Chamada: 658.8 M528m 2013

MORGAN, Melissa Johnson; SUMMERS, Jane. *Marketing esportivo*. São Paulo: Thomson Learning, 2008 422 p. ISBN 9788522105779. Número de Chamada: 658.8 M849m 2008

REIN, Irving. *Marketing esportivo: a reinvenção do esporte na busca de torcedores*. Porto Alegre: Bookman, 2008. 360 p. ISBN 9788577800728. Número de Chamada: 658.8 R364m 2008

### **Bibliografia complementar**

CARDIA, Wesley. *Marketing e patrocínio esportivo*. Porto Alegre: Bookman, 2004. 261 p. ISBN 8536303514. Número de Chamada: 658.8 C267m 2004

CENTRO CULTURAL CANDIDO MENDES; SOUZA, Madalena Mendes de Almeida; LEITÃO, Sérgio Sá; ALMEIDA, Candido José Mendes De (Org.). *Marketing esportivo ao vivo*. Rio de Janeiro: Imago, 2000. 215 p. ISBN 8531207053. Número de Chamada: 658.8 M345 2000

LEAL, Julio Cesar. *Futebol: arte e ofício: histórico, sistemas, táticas, técnicas, planejamento*. 2. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2001. 255 p. ISBN 857332099. Número de Chamada: 796.334 L158f 2. ed. / 2001

MULLIN, Bernard J.; HARDY, Stephen; SUTTON, William A. *Marketing esportivo*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004. x, 335 p. ISBN 8536301759. Número de Chamada: 658.8 M959m 2. ed. / 2004

OLIVEIRA, Elvira De (ed.). *Futebol: das peladas à Copa do Mundo*. São Paulo: Klick, 2000. 37 p. (De olho no mundo.) Número de Chamada: 796.334 F956 2000