



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

**FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR**

<b>CÓDIGO:</b> -	<b>COMPONENTE CURRICULAR:</b> TEM 2 - Marketing Esportivo	
<b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b> FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		<b>SIGLA:</b> FAGEN
<b>CH TOTAL TEÓRICA:</b> 15	<b>CH TOTAL PRÁTICA:</b> 15	<b>CH TOTAL:</b> 30

**OBJETIVOS**

Propiciar ao aluno o entendimento do setor esportivo como um *locus* de atuação do administrador, por meio de aplicação do marketing tradicional no referido setor, assim como da apresentação de atividades mercadológicas peculiares ao esporte.

**EMENTA**

- I – A administração do esporte
- II – Aplicações do marketing tradicional no esporte
- III – O consumidor do esporte
- IV – Particularidades do marketing esportivo

**PROGRAMA**

1. A administração do esporte
  - Definição do setor esportivo
  - Evolução histórica da administração esportiva
  - Segmentos do setor
2. Aplicações do marketing tradicional no esporte
  - Decisões estratégicas
  - Decisões táticas
3. O consumidor do esporte
  - Tipos de consumidores
  - O torcedor

4. Particularidades do marketing esportivo

- Patrocínio
- Endosso
- Agenciamento
- Administração de arenas
- Administração de eventos
- Relações públicas
- Licenciamento de produtos
- *Naming rights*

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MORGAN, M. J.; SUMMERS, J. **Marketing esportivo**. São Paulo: Thomson, 2007.

MULLIN, B. J.; HARDY, S.; SUTTON, W. A. **Marketing esportivo**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

REIN, I.; KOTLER, P.; SHIELDS, B. **Marketing esportivo: a reinvenção do esporte na busca de torcedores**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

AREIAS, J. H. **Uma bela jogada**. Outras Letras: Rio de Janeiro, 2009.

CARDIA, W. **Marketing e patrocínio esportivo**. Bookman: Porto Alegre, 2004.

MASTERALEXIS, L. P.; BARR, C. A.; M. A. HUMS. **Principles and practice of sports management**. 3. ed. Sudbury: Jones and Bartlett Publishers, 2008.

PITTS, B. G.; STOTLAR, D. K. **Fundamentos do marketing esportivo**. São Paulo: Phorte, 2002.

POZZI, L. F. **A grande jogada: teoria e prática de marketing esportivo**. São Paulo: Globo, 1998.

**APROVAÇÃO**

23.09.11  
Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Dr. João Roberto de Oliveira Filho  
Coordenador do Curso de Administração  
Faculdade de Gestão e Negócios  
Uberlândia, 23/09/2011

Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
Faculdade de Gestão e Negócios

Prof. Walter Gomes da Cunha  
Carimbo e assinatura do Diretor da  
Diretor Substituto da UAGEN  
Unidade Acadêmica  
(que oferece a disciplina)