

Programa Analítico de Disciplina

EFI 204 - Marketing na Educação Física

Departamento de Educação Física - Centro de Ciências Biológicas e da Saúde

Catálogo: 2020

Número de créditos: 4
Carga horária semestral: 60h
Carga horária semanal teórica: 4h
Carga horária semanal prática: 0h
Semestres: I

Objetivos

Não definidos

Ementa

Definição de marketing. Marketing Esportivo. A Indústria do Marketing Esportivo. O marketing usando o esporte. Economia do Esporte.

Pré e co-requisitos

Não definidos

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Educação Física - Bacharelado	Geral

EFI 204 - Marketing na Educação Física

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. Definição de marketing 1. Conceitos de marketing 2. O marketing na sociedade 3. Histórico do marketing 4. Histórico do marketing esportivo	4h	0h	0h	0h	4h
2. Marketing Esportivo 1. Teoria do marketing esportivo 2. Entendendo a indústria esportiva 3. A natureza especial do marketing desportivo 4. A gestão do marketing esportivo 5. Uma estrutura para marketing esportivo 6. Esporte e sociedade	20h	0h	0h	0h	20h
3. A Indústria do Marketing Esportivo 1. Conceito de indústria, de administração esportiva e indústria do esporte 2. Mix de marketing e a indústria do esporte 3. O produto na indústria do esporte 4. O esporte como ferramenta de marketing 5. Pesquisa e segmentação no marketing esportivo	16h	0h	0h	0h	16h
4. O marketing usando o esporte 1. Estratégias de determinação do preço na indústria do esporte 2. Distribuição na indústria do esporte 3. Promoção na indústria do esporte 4. Métodos promocionais no esporte 5. Relações de mídia no esporte 6. Marketing via endossos e patrocínios	12h	0h	0h	0h	12h
5. Economia do Esporte 1. Importância da indústria do esporte na economia 2. Aspectos econômicos da indústria do esporte 3. O Produto Interno Bruto (PIB) do esporte	8h	0h	0h	0h	8h
Total	60h	0h	0h	0h	60h

(T)Teórica; (P)Prática; (ED)Estudo Dirigido; (Pj)Projeto; Total(To)

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Não definidos
Prática	Não definidos
Estudo Dirigido	Não definidos
Projeto	Não definidos

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: U2HN.STN8.644J

Recursos auxiliares	<i>Não definidos</i>
---------------------	----------------------

EFI 204 - Marketing na Educação Física

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
CARDIA, W. Marketing e patrocínio esportivo. Porto Alegre: Bookman, 2004.	11
KASZNAR, I.; GRAÇA FILHO, A.S. A indústria do esporte no Brasil: economia, PIB-Produto Interno Bruto, empregos e evolução dinâmica. São Paulo: M. Books Brasil, 2013.	2
MORGAN, M. J.; SUMMERS, J. Marketing desportivo. São Paulo: Thomson, 2008.	14
PITTS, B. G.; STOTLAR, D. K. fundamentos de marketing esportivo. São Paulo: Phorte, 2002.	14
REIN, I.; KOTLER, P.; SHIELDS, B. Marketing esportivo: a reinvenção do esporte na busca de torcedores. Porto Alegre: Bookman, 2008.	11

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
CONTURSI, E.B. Marketing esportivo. Rio de Janeiro: Sprint, 1996. 370p.	5
HEINEMANN, K. Introducción a la economía del deporte. Barcelona: Paidotribo, 1998. 325p.	0
KOTLER, P. Marketing para organização que não visam o lucro. São Paulo: Atlas, 1984.	1
KOTLER, P. Marketing. São Paulo: Atlas, 1986.	3
MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing I. São Paulo: Atlas, 1994, 350p.	7
MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing II. 1994. 225p.	7
MELO NETO, F.P. Administração e marketing de clubes esportivos. Rio de Janeiro: Sprint, 1998. 163p.	1
MELO NETO, F.P. Marketing de eventos. Rio de Janeiro: Sprint, 1998. 236p.	1
MELO NETO, F.P. Marketing de patrocínio. Rio de Janeiro: Sprint, 2000. 356p.	3
MELO NETO, F.P. Marketing esportivo. Rio de Janeiro: Record, 1995. 247p.	0
MULLIN, B.J.; HARDY, S. e SUTTON, W.A. Marketing desportivo. Barcelona: Paidotribo, 1995. 299p.	9
POZZI, L.F. A grande jogada - teoria e prática do marketing esportivo. Rio de Janeiro: Globo, 1998. 280p.	2