



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**ESTE DOCUMENTO NÃO SUBSTITUI O ORIGINAL**

**Programa Analítico de Disciplina**

**EFI204 Marketing na Educação Física**

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

Número de créditos: 4		<u>Teóricas</u>	<u>Práticas</u>	<u>Total</u>
Duração em semanas: 15	Carga horária semanal	4	0	4
Períodos - oferecimento: I	Carga horária total	60	0	60

Pré-requisitos (Pré ou co-requisitos)\*

**Ementa**

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

**Oferecimento aos Cursos**

<b>Curso</b>	<b>Modalidade</b>	<b>Período</b>
Comunicação Social - Jornalismo(JOR)	Optativa	-
Educação Física(BAC)	Optativa	-
Educação Física - Bacharelado(BAC)	Optativa	-



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**ESTE DOCUMENTO NÃO SUBSTITUI O ORIGINAL**

**EFI204 Marketing na Educação Física**

<b>Seq</b>	<b>Aulas Teóricas</b>	<b>Horas/Aula</b>
1	Definição de marketing 1.1. Conceitos de marketing 1.2. O marketing na sociedade 1.3. Histórico do marketing 1.4. Histórico do marketing esportivo	4
2	Marketing Esportivo 2.1. Teoria do marketing esportivo 2.2. Entendendo a indústria esportiva 2.3. A natureza especial do marketing desportivo 2.4. A gestão do marketing esportivo 2.5. Uma estrutura para marketing esportivo 2.6. Esporte e sociedade	20
3	A Indústria do Marketing Esportivo 3.1. Conceito de indústria, de administração esportiva e indústria do esporte 3.2. Mix de marketing e a indústria do esporte 3.3. O produto na indústria do esporte 3.4. O esporte como ferramenta de marketing 3.5. Pesquisa e segmentação no marketing esportivo	16
4	O marketing usando o esporte 4.1. Estratégias de determinação do preço na indústria do esporte 4.2. Distribuição na indústria do esporte 4.3. Promoção na indústria do esporte 4.4. Métodos promocionais no esporte 4.5. Relações de mídia no esporte 4.6. Marketing via endossos e patrocínios	12
5	Economia do Esporte 5.1. Importância da indústria do esporte na economia 5.2. Aspectos econômicos da indústria do esporte 5.3. O Produto Interno Bruto (PIB) do esporte	8



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**ESTE DOCUMENTO NÃO SUBSTITUI O ORIGINAL**

**EFI204 Marketing na Educação Física**

**Referências Bibliográficas**

**Bibliografia Básica:**

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

**Bibliografia Complementar:**

- 6 - CONTURSI, E.B. Marketing esportivo. Rio de Janeiro: Sprint, 1996. 370p. [Exemplares disponíveis: 5]
- 7 - HEINEMANN, K. Introducción a la economia del deporte. Barcelona: Paidotribo, 1998. 325p. [Exemplares disponíveis: Não informado.]
- 8 - KOTLER, P. Marketing para organização que não visam o lucro. São Paulo: Atlas, 1984. [Exemplares disponíveis: 1]
- 9 - KOTLER, P. Marketing. São Paulo: Atlas, 1986. [Exemplares disponíveis: 3]
- 10 - MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing I. São Paulo: Atlas, 1994, 350p. [Exemplares disponíveis: 7]
- 11 - MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing II. 1994. 225p. [Exemplares disponíveis: 7]
- 12 - MELO NETO, F.P. Administração e marketing de clubes esportivos. Rio de Janeiro: Sprint, 1998. 163p. [Exemplares disponíveis: 1]
- 13 - MELO NETO, F.P. Marketing de eventos. Rio de Janeiro: Sprint, 1998. 236p. [Exemplares disponíveis: 1]
- 14 - MELO NETO, F.P. Marketing de patrocínio. Rio de Janeiro: Sprint, 2000. 356p. [Exemplares disponíveis: 3]
- 15 - MELO NETO, F.P. Marketing esportivo. Rio de Janeiro: Record, 1995. 247p. [Exemplares disponíveis: Não informado.]



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**ESTE DOCUMENTO NÃO SUBSTITUI O ORIGINAL**

16 - MULLIN, B.J.; HARDY, S. e SUTTON, W.A. Marketing desportivo. Barcelona: Paidotribo, 1995. 299p. [Exemplares disponíveis: 9]

17 - POZZI, L.F. A grande jogada - teoria e prática do marketing esportivo. Rio de Janeiro: Globo, 1998. 280p. [Exemplares disponíveis: 2]