



FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA
PROGRAMA DE DISCIPLINA



CÓDIGO: MH604

NOME: MARKETING EM EDUCAÇÃO FÍSICA, ESPORTES E LAZER

OF:S-5 T:04 P:00 L:00 O:00 D:00 E:00 HS:04 SL:04 C:04 EX:S

Ementa:

Análise do marketing atual e sua relação nas áreas da educação física, dos esportes e do lazer. Conceituação e atualidade com a finalidade de contemplar o estudante com a visão atual do marketing, colocando-o a par de toda evolução que constantemente ocorre no setor.

Objetivos:

Abordar as conceituações básicas do Marketing associando estes conhecimentos com situações aplicadas na Educação Física. Discutir aspectos do Marketing em Educação Física, Esportes e Lazer através de estudos de casos, debates, projetos e experiências de profissionais ligados a área, buscando compreensão das relações do MKT na EF.

Conteúdo programático:

- a.1. Conceituação básica; os compostos de Marketing e finalidades básicas; noções básicas sobre a pesquisa em marketing, sobre os canais de divulgação e possíveis acessos ao público, o conceito de marca.
- a.2. O marketing no momento atual: reflexões sobre os estudos no Brasil e o desenvolvimento do Marketing nas instituições.
- b. OS SISTEMAS DE APLICAÇÃO do MARKETING (em Educação Física)
 - b.1. Marketing Esportivo - Visão do esporte como “negócio”; reflexões sobre o Marketing Esportivo; Marketing Esportivo como estratégia de comunicação, Noções básicas sobre o sistema esportivo e a relação com as estratégias de Marketing; problemas, características e motivos da “perenização” dos projetos, relações de causa-efeito no esporte.
 - b.2. Marketing em Lazer - Estratégias de Marketing no Lazer (noções gerais).
 - b.3. Marketing para empresas prestadoras de serviços na área da EF - estratégias de atuação, administração e gerência (noções gerais) nas academias e outros locais vinculados a Educação Física.

Estratégias:

Aulas teóricas, palestras, pesquisas de campo em segmentos especializados em Marketing, dinâmicas participativas (debates, leitura e discussão de textos, organização de fichamentos), apresentação de seminários, recursos audio-visuais.

Crerios de avaliação:

Avaliação escrita (prova), fichamentos de textos (individual ou grupo), trabalho de conclusão com temas ligados ao conteúdo desenvolvido no curso.

Bibliografia:

ANTONIO AFIF, *A Bola da Vez: O Marketing Esportivo como Estratégia de Sucesso*. São Paulo, Editora Infinito, 2000.
JOSÉ C. BRUNORO, *Futebol 100% Profissional*. São Paulo, Ed. Gente, 1997.



**FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA
PROGRAMA DE DISCIPLINA**



CÓDIGO: MH604

NOME: MARKETING EM EDUCAÇÃO FÍSICA, ESPORTES E LAZER

JOSÉ M. CAPINUSSÚ & COSTA, LAMARTINE P., *Administração e Marketing nas Academias de Ginástica*. São Paulo, Ibrasa, 1989.

ERNANI B. CONTURSI, *Marketing Esportivo*. vol. I., Rio de Janeiro, Ed. Sprint, 1991.

DONALD KATZ, *Just do It: O Espírito Nike no Mundo Empresarial*. São Paulo, Ed. Best Seller, 1997.

NAOMI KLEIN, *Sem logo: A Tirania das Marcas em um Planeta Vendido*. RJ, Brasil, Ed Record, 2002.

PHILIP KOTLER, *Marketing para Organizações que não Visam o Lucro*. São Paulo, Atlas, 1988.

_____*Marketing. Ed. compacta*, São Paulo, Atlas, 1980.

_____*Administração de Marketing*. São Paulo, Atlas, 1992.

ALEXANDRE L. LAS CASAS, *Marketing: Conceitos, Exercícios, Casos*. São Paulo, Atlas, 1987.

WANDERLEI MARCHI JR., “*Sacando*” *o Voleibol: Do Amadorismo à Espetacularização da Modalidade no Brasil (1970-2000)*. Campinas, SP, Faculdade de Educação Física, Unicamp, Tese de Doutorado, 2001.

JOSÉ S. MARTINS, *O Poder da Imagem: O Uso Estratégico da Imagem Criando Valor Subjetivo para a Marca*. 4^a ed., São Paulo, Makron Books, 1992.

REGIS MCKENNA, *Marketing de Relacionamento: Estratégias Bem-Sucedidas para a Era do Cliente*. Rio de Janeiro, Campus, São Paulo, Publifolha, 1999.

FRANCISCO P. MELO NETO, *Marketing Esportivo*. Rio de Janeiro, Record, 1995.

O ESPORTE COMO INDÚSTRIA: Solução para Criação de Riqueza e Emprego. 1^a ed. Confederação Brasileira de Voley-Ball, CBV, março, 1999.

J.B. PINHO, *Comunicação em Marketing: Princípios de Comunicação Mercadológica*. 2^a ed. Campinas, São Paulo, Papirus, 1991.

LUIS F. POZZI, *A Arande Jogada: Teoria e Prática de Marketing Esportivo*. S P, Globo, 1998.

MARCELO W. PRONI, *A Metamorfose do Futebol*. Campinas, SP, UNICAMP, Instituto de Economia, 2000.

BRENDA PITTS e STOLLAR, DAVID, *Fundamentos de Marketing Esportivo*. Phorte Editora, 2002.

RAIMAR RICHERS, *O que é Marketing*. 12^a ed, São Paulo, Brasiliense, 1991.

SEMINÁRIO INDESP DE MARKETING ESPORTIVO (1:1995:Ouro Preto, MG). Anais do Seminário INDESP de Marketing Esportivo, Ouro Preto, 26 a 29 de outubro de 1995: textos conclusivos. Brasília: Instituto Nacional de Desenvolvimento do Desporto, 1996.

VYU SIMSOM & JENNINGS, ANDREW, *Os Senhores dos Anéis: Poder, Dinheiro e Drogas nas Olimpíadas Modernas*. São Paulo, Editora Best Seller - Círculo do Livro, 1992.

ROBERTO SIMÕES, *Iniciação ao Marketing*. 4^a edição, São Paulo, Editora Atlas s/a, 1978.

_____*Marketing de Serviços*. São Paulo, Editora Atlas s/a, 1991.