MARKETING ESPORTIVO

Ementa:

Este curso tem por objetivo apresentar/discutir e analisar o contexto histórico do Marketing Esportivo e seu impacto social/econômico e político sobre o cenário da gestão esportiva; discutir e analisar as ações de Marketing esportivo – modelos internacionais e nacionais da gestão profissional do marketing esportivo.

Referências Bibliográficas:

Fundamentos do Marketing Esportivo. Branda G. Pitss & David K. Stollar
Marketing Esportivo. Melissa Johnson e Jane Summers
From the Locker Room to the Board Room: Changing the Domain of Sport Management. Journal of Sport Management, 1996, 10, 97-105. Trevor Slack
Professional Sports Leagues - Marketing Mix Mayhem. Rick Burton and Dennis Howard.


**Bibliografia Recomendada:**


Smit, Barbara. Invasão de Campo.

Carlin, John. Anjos Brancos.