



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular  
MARKETING DESPORTIVO

Ano Lectivo 2022/2023

**1. Unidade Orgânica**

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

**2. Curso**

Gestão das Organizações Desportivas

**3. Ciclo de Estudos**

1º

**4. Unidade Curricular**

MARKETING DESPORTIVO (C1110)

**5. Área Científica**

**6. Ano curricular**

1º

**7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre**

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

#### 8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| Aulas Teóricas:         |       |
| Aulas Práticas:         |       |
| Aulas Teórico-práticas: | 30,00 |
| Orientação Tutorial:    | 20,00 |

#### 9. Créditos

6,00

#### 10. Coordenador da Área Científica

#### 11. Regente

Prof. Doutora ANNA CAROLINA BOECHAT CHAVES FERNANDES

#### 12. Assistentes

#### 13. Língua de ensino

Português

#### 14. Objectivos Gerais

Permitir que os alunos compreendam os fundamentos de Marketing aplicados às organizações desportivas.

#### 15. Objectivos Específicos

Oferecer (i) uma visão geral dos conceitos básicos do Marketing e (ii) a respetiva aplicação de técnicas de Marketing e Branding no contexto desportivo.

#### 16. Competências a adquirir

Conhecimentos de técnicas de Marketing (gerais e específicas) e Branding para o contexto desportivo.

#### 17. Metodologia de ensino

Teórico-prática.

#### 18. Conteúdos Programáticos



## UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

### 1. Fundamentos de Marketing

- Evolução
- Contexto atual
- Enquadramento

### 2. Marketing de Estudos

- Big data, analytics, data science

### 3. Marketing Social

- Green Marketing, Marketing para Causas Sociais, Marketing Social, Responsabilidade Social Corporativa

### 4. Marketing Operacional

- 4Ps, 7Ps e variações

### 5. Marketing Estratégico

- Segmentação, Targeting e Posicionamento

### 6. Marketing & Branding Desportivo

- Processos de Gestão de Marca
- Gestão de imagem pessoal e institucional
- Relações Públicas
- Comunicação online e offline

## 19. Métodos de Avaliação

- 2 Testes de Avaliação Contínua + Trabalhos Práticos (Produção de Sebentas + Projeto em Grupo) + Frequência

## 20. Recursos Didáticos

Powerpoints, conteúdo multimédia.

## 21. Palavras Chave

Marketing  
Marca  
Imagem  
Desporto



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

### 23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kotler, P. T., & Armstrong, G.  
Título: Principles of Marketing. Global Edition  
Edição: 17th Ano: 2017  
Local:  
Editora:

---

Autor(es): Chedwick et al.  
Título: Routledge Handbook of Sports Marketing.  
Edição: Ano: 2016  
Local:  
Editora: Routledge

---

Autor(es):  
Título:  
Edição: Ano:  
Local:  
Editora:

---

### 24. Bibliografia Complementar

Autor(es):  
Título:  
Edição: Ano:  
Local:  
Editora:

---

Autor(es):  
Título:  
Edição: Ano:  
Local:  
Editora:

---



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

| Ficha técnica MIP                        |                                                                              |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Título                                   | Programa da unidade curricular 'MARKETING DESPORTIVO': Ano Lectivo 2022/2023 |
| Autor                                    | Prof. Doutora ANNA CAROLINA BOECHAT CHAVES FERNANDES                         |
| Classificação                            | -                                                                            |
| Descritores                              | -                                                                            |
| Colaborador(es)                          | -                                                                            |
| Data/Hora                                | 01-08-2022 19:03:00                                                          |
| Formato de dados                         | Texto, PDF                                                                   |
| Estatuto de utilização                   | Acesso público                                                               |
| Relação                                  | Versão 1,0                                                                   |
| (c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2022 |                                                                              |