



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING DESPORTIVO

Ano Lectivo 2024/2025

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES DESPORTIVAS

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

MARKETING DESPORTIVO (C1110)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA
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 ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora TATIANA BALTAZAR FAZENDA

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Os objetivos principais desta unidade curricular, passam por permitir que os alunos compreendam os conceitos fundamentais do Marketing aplicados às empresas e organizações desportivas.

15. Objetivos Específicos

1. Analisar o papel do Marketing enquadrado dentro da especificidade dos serviços, empresas e organizações de serviços desportivos;
2. Aplicar técnicas de Marketing a situações concretas de empresas e organizações de âmbito desportivo;
3. Planear e organizar eventos desportivos;
4. Elaborar planos de negócios no âmbito de empresas e organizações desportivas.

16. Competências a adquirir

Capacidade de compreender, desenvolver e implementar estratégias de marketing aplicadas ao fenómeno desportivo.

17. Metodologia de Ensino

Metodologia de ensino teórico-prática, com recurso à apresentação de conteúdos complementados com a elaboração de trabalhos de grupo.



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Conceito de Marketing geral
2. Fundamentos de Marketing
3. A gestão de Marketing no Desporto
4. Mix do Marketing
5. Marketing Operacional
6. Análise SWOT e análise TOWS
7. Marketing Estratégico
8. Marketing Digital no Desporto
9. Marketing & Branding Desportivo

19. Métodos de Avaliação

Vão ser realizados 2 testes de Avaliação Contínua, complementados com trabalhos Práticos individuais e de grupo.

20. Recursos Didáticos

Vão ser utilizados elementos bibliográficos.

Será também utilizada a exposição teórica, acompanhada de análise de textos, livros, apontamentos, bases de dados, apresentações powerpoint, gráficos, entre outros, em suporte papel e digital sobre os tópicos do programa da respectiva unidade curricular.

21. Objetivos de Sustentabilidade

- Educação de qualidade;
- Trabalho digno e crescimento económico;
- Parcerias para a implementação dos objetivos;

22. Palavras Chave

Marketing
Marca
Imagem
Desporto



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Baynast, A. , Dionísio P. , Lévy, J. , Rodrigues, V. e Lendrevie, J.
Título: Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital
Edição: Ano: 2018
Local:
Editora: Dom Quixote

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

Autor(es): Sá C. , Sá D.
Título: Marketing Para Desporto - Um Jogo Empresarial
Edição: Ano:
Local:
Editora: IPAM

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Ferreira, R. M. , Medeiros, M.
Título: Marketing Desportivo como Estratégia Empresarial
Edição: Ano: 2015
Local:
Editora: PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'MARKETING DESPORTIVO': Ano Lectivo 2024/2025
Autor / Author	Prof. Doutora TATIANA BALTAZAR FAZENDA
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	01-08-2024 15:31:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada, 2024	