



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING DESPORTIVO

Ano Lectivo 2026/2027

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

1. Compreender os princípios do marketing e a sua aplicação ao setor desportivo.
2. Analisar o papel do marketing desportivo como ferramenta de gestão, comunicação e valorização de organizações, clubes, atletas e eventos.
3. Desenvolver competências estratégicas e operacionais para planear, implementar e avaliar ações de marketing no desporto.
4. Fomentar a ligação prática ao mercado, estimulando o contacto com casos reais, projetos aplicados e simulações profissionais.

15. Objetivos Específicos

1. Identificar e segmentar públicos-alvo no contexto desportivo.
2. Compreender as especificidades do produto desportivo.
3. Desenvolver planos de marketing desportivo.
4. Explorar o papel das redes sociais e marketing digital na promoção de clubes, atletas e eventos.
5. Avaliar a importância dos patrocínios, branding e imagem no desporto.
6. Aplicar ferramentas de pesquisa de mercado para compreender comportamentos de consumo desportivo.

16. Competências a adquirir



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

1. Identificar e analisar conceitos fundamentais do marketing aplicados ao contexto desportivo.
2. Planear estratégias de marketing para organizações, eventos e produtos desportivos.
3. Avaliar o impacto de campanhas e ações promocionais no desempenho e na notoriedade de marcas desportivas.
4. Aplicar técnicas de segmentação e posicionamento para públicos e mercados no sector do desporto.
5. Integrar práticas de marketing digital e redes sociais em planos de comunicação desportiva.

17. Metodologia de Ensino

A metodologia de ensino assenta numa abordagem teórico-prática, combinando a exposição dos conteúdos com a análise de estudos de caso, resolução de problemas, discussão de artigos científicos, visualização de conteúdos audiovisuais e desenvolvimento de trabalhos aplicados ao contexto desportivo. Pretende-se promover a participação ativa dos estudantes, o pensamento crítico e a aplicação dos conceitos de marketing à realidade das organizações e eventos desportivos.

18. Conteúdos Programáticos

- 1- Apresentação da UC, objetivos, avaliação e enquadramento do Marketing Desportivo
- 2- Conceito de Marketing e evolução do Marketing
- 3- Fundamentos do Marketing aplicado ao Desporto
- 4- Gestão de Marketing no Desporto e processo de planeamento
- 5- Implementação de programas de Marketing Desportivo
- 6- Marketing Mix Desportivo (4Ps, 7Ps e adaptações ao desporto)
- 7- Marketing Estratégico: Segmentação, Targeting e Posicionamento
- 8- Análise SWOT e Análise TOWS aplicadas a organizações desportivas
- 9- Comportamento do Consumidor Desportivo
- 10- Marketing Digital no Desporto
- 11- Patrocínio Desportivo e Ativação de Patrocínios
- 12- Fan Engagement, CRM e Fidelização de Adeptos
- 13- Marketing e Branding Desportivo
- 14- Merchandising, Licenciamento e Exploração Comercial da Marca
- 15- Tendências e Inovação no Marketing Desportivo (IA, eSports, streaming, realidade aumentada, personalização e experiências imersivas)

19. Métodos de Avaliação

Será aplicado o Regulamento Complementar de Avaliação de Conhecimentos e Competências em vigor. A avaliação contínua integra obrigatoriamente intervenções orais distribuídas ao longo do período letivo e um ponto escrito final, ambos com fator 3, podendo ainda incluir trabalhos individuais ou de grupo, com fator 2, bem como outros elementos de avaliação, nos termos e com as ponderações definidas regulamentarmente e no respectivo Plano de Avaliação Contínua.

20. Recursos Didáticos

Vão ser utilizados recursos multimédia (projektor, apresentações digitais, vídeos), materiais de apoio (artigos científicos, estudos de caso, relatórios de mercado), ferramentas digitais de análise e redes sociais, bem como metodologias ativas com recurso a estudos práticos.



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

21. Objetivos de Sustentabilidade

1. ODS 4 - Educação de qualidade: Promove a aquisição de competências técnicas e estratégicas de marketing no sector desportivo, preparando profissionais qualificados.
2. ODS 8 - Trabalho digno e crescimento económico: Contribui para o desenvolvimento sustentável das organizações desportivas e criação de oportunidades de emprego qualificado.
3. ODS 17 - Parcerias para a implementação dos objetivos: Incentiva a colaboração entre clubes, patrocinadores e outras entidades públicas.

22. Palavras Chave

Marketing
Desporto
Marca
Imagem
Patrocínio



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Abeza, G., & Sanderson, J.
Título: Social Media in Sport: Evidence-Based Perspectives
Edição: 1st Ano: 2025
Local: London
Editora: Routledge
Codigo ISBN: 9781032757087

Autor(es): Smith, A. C. T., Stavros, C., Skinner, J., Geurin, A. N., & Burch, L. M.
Título: Introduction to Sport Marketing
Edição: 3rd Ano: 2024
Local: London
Editora: Routledge
Codigo ISBN: 9781032488943

Autor(es): Karg, A., Shilbury, D., Westerbeek, H., Funk, D., & Naraine, M.
Título: Strategic Sport Marketing
Edição: 5th Ano: 2022
Local: London
Editora: Routledge
Codigo ISBN: 9781760878801

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Sá, D.
Título: Marketing desportivo: Mais do que um jogo
Edição: 1st Ano: 2024
Local: Lisboa
Editora: Pactor
Codigo ISBN: 9789896931742

Autor(es): Ferreira, R. M. , Medeiros, M.
Título: Marketing Desportivo como Estratégia Empresarial
Edição: 1st Ano: 2015
Local: São Paulo
Editora: PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review
Codigo ISBN:



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'MARKETING DESPORTIVO': Ano Lectivo 2026/2027
Autor / Author	Prof. Doutora TATIANA BALTAZAR FAZENDA
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	24/08/2026 20:58:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada, 2026	