

**EMENTAS DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM  
ADMINISTRAÇÃO E MARKETING ESPORTIVO – EAD**

**DISCIPLINA: ELEMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E PLANO DE NEGÓCIO**

Introduzir os pós-graduandos em um plano mais avançado de planejamento e administração, alargando seus horizontes de análise e tentando demonstrar a metodologia adotada em muitas empresas, onde o processo de definição dos objetivos deixou de ser empírico ou intuitivo para tornar-se sistemático e parte da rotina dos seus executivos; A disciplina visa à participação, individual e em grupo, em um processo de reflexão e desenvolvimento, a partir de leituras, análises de textos e de atividades concretas. Os conteúdos de estudos servirão de fundamento para o desenvolvimento das discussões e análises em aula, e ou produção de trabalhos escritos. Serão estabelecidas relações com práticas administrativas do esporte, para analisar objetivos e conteúdos trabalhados.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**PARTE I: Elementos de Administração Geral**

1. A Administração Estratégica;
2. Objetivos Empresariais;
3. O Planejamento;
4. Decisões Empresariais;
5. Planejamento Estratégico;
6. Definição de negócio (case prático);
7. Análise de Cenários (case prático);
8. Análise SWOT (case prático);
9. Estratégias empresariais, Tendências;
10. Administração, história e conceitos;
11. Mudança organizacional e Conflitos;
12. Motivação e Liderança na Administração;
13. Dinâmica de Grupos de Trabalho e Criatividade;
14. Administração Internacional e Tendências;
15. Administração do Tempo.

**PARTE II: Elementos de Administração: Plano de Negócio**

1. Por que elaborar um plano de negócios?
2. Plano de Negócios - Qual seu formato e conteúdo?
3. O Mercado;
4. Capacidade Empresarial;
5. Estratégia de Negócio;
6. Plano de Marketing;
7. Planejamento e Desenvolvimento do Projeto;
8. Plano Financeiro.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**PARTE I: Elementos de Administração Geral**

- AAKER, David. **Administração Estratégica de Mercado**. Editora Artes Médicas, Porto Alegre, 2001.
- CARRAVETTA, Elio. **Futebol Brasileiro: Modernização da Gestão**. Editora Age, Porto Alegre, 2006.
- COLLINS, Jim; HANSEN, Morten. **Vencendo por Opção**. HSM Editora, São Paulo, 2012.
- CRAINER, Stuart. **Grandes Pensadores da Administração**. Editora Futura, São Paulo, 2000.
- DAVILA, T.; EPSTEIN, M.; SHELTON, R. **As Regras da Inovação: Como Gerenciar, Como Medir e Como Lucrar**. Editora Bookman, Porto Alegre, 2007.

DYER, William G. W.; DYER, Jeffrey H. **Equipes que Fazem a Diferença - Estratégias Comprovadas para Desenvolver Equipes de Alta Performance**. Editora Saraiva, São Paulo, 2011.

FORSYTH, Patrick; KAY, Frances. **Táticas Inteligentes para Tempos Difíceis**. Clio Editora, São Paulo, 2010.

GARDENSWARTZ, Lee; CHERBOSQUE, Jorge; ROWE, Anita. **Inteligência Emocional na Gestão por Resultados**. Clio Editora, São Paulo, 2012.

HILSDORF, Carlos. **Revolucione seus Negócios**. Clio Editora, São Paulo, 2012.

KAPLAN S. Robert; NORTON P. David. **A Estratégia em Ação - Balanced Scorecard**. Editora Campus, São Paulo, 2003.

KASZNAR, Istvan; GRAÇA, Ary S. **Estratégia Empresarial: Modelo de gestão vitorioso e inovador da Confederação Brasileira de Voleibol**. Editora Mbooks, 2007.

KOTTER, John P. **Liderando Mudanças - Transformando Empresas com a Força das Emoções**. Editora Campus, São Paulo, 2013.

KRAMES, Jeffrey A. **A Cabeça de Peter Drucker**. Editoria Sextante, São Paulo, 2012.

MAGRETTA, Joan. **Entendendo Michael Porter - O guia essencial da competição estratégica**. HSM Editora, São Paulo, 2012.

MATTEWMAN, Jim. **Os Novos Nômades Globais**. Clio Editora, São Paulo, 2012.

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph. **Safári de Estratégia**. Editora Bookman, Porto Alegre, 2003.

MORRIS, Steve; MEED, John; SVENSEN, Neil. **O Gerente Inteligente**. Editora Futura, 4ª Edição, São Paulo, 2004.

OLIVEIRA, Juarez. **Consolidação das Leis do Trabalho**. Editora Saraiva, 28a. edição, São Paulo, 2007.

PAIM, Rafael; CARDOSO Vinicius; CAULLIRAUX Heitor. **Gestão de Processos - Pensar, Agir e Aprender**. Editora: Artmed, São Paulo, 2009.

PEDROSO, Ediberto Tadeu. **Administração e os Novos Paradigmas**. Editora: QualityMark, São Paulo, 2004.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva**. Editora Campus, São Paulo, 2 Ed, 2006.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva - Criando e sustentando um desempenho superior**. Editora Campus, São Paulo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Competição - Estratégias Competitivas Essenciais**. Editora Campus, São Paulo, 2007.

Revista **EXAME**. Editora Abril, Edições de 2010, 2011, 2012 e 2013 São Paulo.

Revista **MANAGEMENT**. Informação e Conhecimento para Gestão Empresarial. Editora HSM Management, Edições de Janeiro/Fevereiro de 2011 a Maio/Junho 2013, São Paulo.

Revista **MÁQUINA DO ESPORTE**. Edições de 2010 a 2013.

Revista **AMANHÃ**. Edições de 2009 a 2013.

Revista **PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS - O Manual do Empreendedor Brasileiro**. Edições de 2012 e 2013.

ROCHE, Fernando Paris. **Gestão Esportiva - Planejamento Estratégico nas Organizações Desportivas**. Artmed Editora, Porto Alegre, 2002.

SMIT, Bárbara. **Invasão de Campo: Adidas, Puma e os Bastidores do Esporte Moderno**. Editora Zahar, Rio de Janeiro, 2007.

TRACY, Brian. **O Ciclo do Sucesso**. Gente Editora, São Paulo, 2013.

**PARTE II: Elementos de Administração: Plano de Negócio**

AAKER, David. **Administração Estratégica de Mercado**. Editora Artes Médicas, Porto Alegre, 2001.

DYER, William G., W. DYER, Jeffrey H. **Equipes que Fazem a Diferença - Estratégias**

**Comprovadas para Desenvolver Equipes de Alta Performance.** Editora: Saraiva, São Paulo, 2011.

LIMA, Frederico; TEIXEIRA, Paulo. **Direcionamento Estratégico e Gestão das Pessoas nas Organizações.** Editora Atlas, São Paulo 2000.

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph. **Safári de Estratégia.** Editora Bookman, Porto Alegre, 2003.

PAIM, Rafael, CARDOSO Vinicius, CAULLIRAUX Heitor. **Gestão de Processos - Pensar, Agir e Aprender.** São Paulo: Editora: Artmed, 2009.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva.** São Paulo: Editora Campus, 2ª. Ed, 2006.

\_\_\_\_\_. **Vantagem Competitiva - Criando e sustentando um desempenho superior.** Editora Campus, São Paulo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Competição - Estratégias Competitivas Essenciais.** Editora Campus, São Paulo, 2007.

ROCHE, Fernando Paris. **Gestão Esportiva - Planejamento Estratégico nas Organizações Desportivas.** Porto Alegre: Artmed Editora, 2002.

VASCONCELOS, Paulo, PAGNONCELLI, Dernizo. **Construindo Estratégias para Vencer.** Editora Campos, São Paulo, 2001.

## **DISCIPLINA: GERENCIAMENTO DE ACADEMIA: ASPECTOS MERCADOLÓGICOS E ADMINISTRATIVOS**

### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Desenvolver ações de melhoria e modernização nas práticas de trabalho e gerenciamento a partir da aplicação de ferramentas própria e com auxilia da tecnologia da informação; Compartilhar práticas modernas de gestão esportiva (planejamento); Criar um ambiente de relacionamento (net working) pró-ativo entre os profissionais interessados nos estudos futuros do tema “Profissionalização da Gestão Esportiva”.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### **PARTE I: Gerenciamento de Academias: Aspectos Administrativos**

1. Coleta de dados;
2. Estratificação;
3. Folha de Verificação;
4. Análise de Pareto;
5. Diagrama de Causa e Efeito;
6. Plano de Ação;
7. Histograma;
8. Diagrama de Dispersão;
9. Correlação Linear.

#### **PARTE II: Gerenciamento de Academias: Aspectos Mercadológicos**

1. Focando a Organização;
2. Porque as empresas falham;
3. As partes interessadas;
4. Métricas da Organização;
5. Satisfação do cliente;
6. Proposta de valor;
7. Abordagem sistêmica para bens tangíveis;
8. Abordagem sistêmica pra serviços;
9. Qualidade;
10. Modelo conceitual de gerenciamento;
11. Sistema de gerenciamento para resultados;

12. Fundamentos sobre diretrizes;
13. Fundamentos sobre resolução de problemas;
14. Método de gerenciamento;
15. O Método PDCA.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO, Félix Ruiz; et al. **Curso de ética em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.
- BATESON, John E. G.; HOFFMAN, K. Douglas. **Marketing de serviços**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
- BLACKELL, Roger D.; MINARD, Paul W.; Engel, James F. **Comportamento do Consumidor**. Tradução Técnica Eduardo Teixeira. São Paulo: Pioneira, 2005.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **Qualidade Total padronização de empresas**. Nova Lima: INDG, 2004.
- CASTELLS. A sociedade em rede. Petrópolis: Paz e Terra, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Introdução a teoria geral**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- CHURCHILL Jr., Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: Criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- COBRA, Marcos. **Administração de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 11. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELLA, Fernando. **O segredo de Luisa**. 2. ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- FITZSIMONS, F. **Administração de serviços**. Porto Alegre: Bookmam, 2005.
- FLORY, Henrique; ANDREASSI, Tales. **Transformando Necessidades em Oportunidades: Política Pública de Apoio ao Empreendedorismo para as Classes Sociais de Baixa Renda**. São Paulo: Editora Arte & Ciência, 2009.
- GIANESI, Irineu G. Nogueira; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração Estratégica de Serviços: Operações para a Satisfação do Cliente**. São Paulo: Atlas, 2006.
- GRACIOSO, Francisco. **Marketing Estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GRONROONS. Christian. **Marketing: gerenciamentos e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2008.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- KERIN, Roger A.; et al. **Marketing**. 8. ed. São Paulo: McGraw Hill, 2008.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: administração, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KUME, Hitoshi. **Métodos estatísticos para melhoria da qualidade**. trad. de Dario Ikuo Miyake. São Paulo: Atlas, 1992.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.
- LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Laweseu. **Serviços, Marketing e Gestão**. Trad. Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2006.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- PRAHALAD. **Riqueza na base da piramide**. Porto Alegre: Bookmam, 2005.
- PREVIDELLI, José; MEURER, Vilma. **Gestão da micro, pequena e média empresa no Brasil: uma abordagem multidimensional**. São Paulo: Unicorpore, 2005.

ROSENBLOOM, Bert. **Canais de Marketing: Uma Visão Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2006.  
SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.  
SEIFFTERT, Peter. **Quadros. Empreendendo: Novos Negócios em corporações**. São Paulo: Atlas, 2008.  
SILVA, Adão Roberto; FLORY, Henrique. **Experimente o Sucesso**. São Paulo: Editora Arte & Ciência, 2008.

## **DISCIPLINA: METODOLOGIA DA PESQUISA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Analisar o cenário nacional e internacional, geração de ideias descrevendo uma empresa ou negócio por meio de um plano de negócios, que compõe um plano de marketing e financeiro estruturado para tal; Desenvolver um trabalho de conclusão de curso que atenda as necessidades do mercado focando no desenvolvimento e apresentação de um plano de negócios; Assumir uma conduta científica, uma visão crítica, uma postura reflexiva e sistemática no estudo, na elaboração das tarefas e na função docente; Instrumentalizar para coleta, registro e redação de dados bibliográficos; Identificar os passos utilizados na pesquisa de campo; Identificar problemas que sejam viáveis à serem pesquisados ou desenvolvidos através de um plano de negócios em Esporte/Educação Física; Calcular receitas e despesas com implementação de projetos; Identificar oportunidades de negócio e trabalho; Diagnosticar situações problemas e suas soluções, tanto teóricas como práticas; Fornecer ferramental necessário para a prestação de serviço de assessoria aos esportistas de alto rendimento, no tangente a comunicação com os diversos públicos envolvidos na prática esportiva, bem como na condução de negócios relativos a gestão patrimonial; Proporcionar uma visão crítica sobre as várias implicações de vida de um esportista e suas relações públicas e pessoais; Oportunizar a compreensão da dinâmica do trabalho jornalístico para aplicar os conhecimentos no cotidiano dos negócios esportivos; Desmitificar a relação jornalista-fonte e facilitar o convívio do profissional gestor do esporte com a imprensa; Oferecer subsídios aos pós-graduandos para que seja possível implantar um sistema integrado de comunicação em seu ambiente de trabalho, ampliando os efeitos de suas ações e qualificando o seu produto; Proporcionar o desenvolvimento de uma visão crítica sobre a importância do convívio com a imprensa no seu cotidiano. Estruturar um plano de negócios nas áreas de administração e marketing esportivo, com foco em possíveis negócios a serem implementados.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. Análise de Cenário;
2. Campos de atuação profissional para o administrador do esporte;
3. Processos de Mudança;
4. Empreendedorismo;
5. Gerando e Fomentando Ideias;
6. Descrição da Empresa;
7. Análise de Mercado;
8. Clientes;
9. Missão e Visão;
10. Localização e Infraestrutura;
11. Equipe de trabalho;
12. As Vantagens Competitivas Atuais e Futuras;
13. Planejamento de Marketing;
14. Preço;
15. Produtos/Serviços;
16. Promoção/Publicidade/Propaganda;
17. Praça;

18. Plano Financeiro;
19. Investimento inicial;
20. Custos fixos;
21. Despesas variáveis;
22. Capital de giro;
23. Resultados Operacionais;
24. Projeção de faturamento futuro e fluxo de caixa;
25. Análise de Risco;

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antônio. **Plano de negócios**. Editora Manole, 2005.
- CARREIRO, E.A. **Gestão da Educação Física e Esporte**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2007.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- GUIA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS: **como montar seu próprio negócio**. São Paulo: Globo, 2002.
- LACRUZ, Adonai José. **Plano de Negócios – Passo a passo: Transformando sonhos em negócios**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
- MATTOS, M. G.; ROSSETTO JÚNIOR, A. J.; BLECHER, S. **Teoria e Prática da Metodologia da Pesquisa em Educação Física: construindo sua monografia, artigo e projeto de ação**. 3 ed. São Paulo: Phorte, 2008.
- ROSA, Claudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007.
- SALIM, Cesar Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Andrea Cecília; RAMAL, Silvina Ana. **Construindo planos de negócios**. 3.ed.rev. e atualizada. – Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2005.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- THOMAS, J. R.; NELSON, J. K. **Método de pesquisa em atividade física**. Tradução de: Ricardo Petersen et alii. 3. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.

### **DISCIPLINA: MARKETING ESPORTIVO: PLANEJAMENTO E PATROCÍNIO**

#### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Proporcionar ao aluno o conhecimento teórico dos conceitos, princípios e das principais ferramentas relacionadas à administração mercadológica, como forma de proporcionar o discernimento para o seu competente domínio conceitual e prático/operacional, para detectar e atender as necessidades de mercado; Aprofundar os conhecimentos na área de marketing esportivo, compreendendo o ambiente, mercado e potencialidades do esporte como produto; Capacitar o aluno para o desenvolvimento de projetos de gestão de marketing esportivo; Estudar as estratégias desenvolvidas pelas organizações ligadas ao esporte (entidades esportivas, clubes, equipes, empresas, assessorias); Capacitar o aluno na elaboração de projetos de captação de recursos para o esporte, tanto na esfera pública como na privada; proporcionar o aprofundamento dos conhecimentos sobre eventos esportivos, oferecendo uma visão geral das diversas fases que compõem o processo de organização e captação de recursos financeiros para realização de eventos.

#### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

##### **PARTE I: Marketing Esportivo – Planejamento**

1. A indústria do esporte e do entretenimento (características, crescimento, potencialidades) e o esporte como produto (características, público-alvo, fatores de consumo, potencialidades);
2. O Marketing Esportivo (conceitos, características, tipos de marketing esportivo) e Composto de Marketing Esportivo;
3. Desenvolvimento de estratégias (elaboração e operacionalização) de investimento no esporte;
4. Mecenato, Fornecedor oficial, Apoio, Copatrocínio, Patrocínio, Parceria, Cogestão, Gestão, Ações em bolsa, Testemunhal e Eventos;
5. Negócios no esporte

6. Espaços exibindo técnicos e Eventos esportivos;
7. Organização de grandes eventos esportivos no Brasil: Copa 2014 e Olimpíada 2016;
8. Promoção nos locais das competições e eventos.

#### **PARTE II: Marketing Esportivo: Patrocínio**

1. Marketing Institucional;
2. Marketing Cultural;
3. Marketing Social;
4. Leis de incentivo ao esporte;
5. Licenciamento (conceitos, características, estratégias, operacionalização) e Franchising (estratégias, lojas exclusivas);
6. Projetos de captação de patrocínio;
7. Assessoria de imprensa;
8. Mídia (jornais, revistas, TV aberta, TV fechada, pay-per-view);
9. Metodologia de mensuração da visibilidade de patrocínios esportivos;
10. Desenvolvimento de projeto de captação de patrocínio.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa**. São Paulo: Atlas, 2006.

KASZNAR, Istvan K.; GRAÇA, Ary S. **A Indústria do Esporte no Brasil**. São Paulo, M. Books, 2012.

MELO NETO, Francisco Paulo. **Marketing Esportivo: O esporte como ferramenta do marketing moderno**. São Paulo, Bestseller, 2013.

MORGAN, Melissa J.; SUMMERS, Jane. **Marketing Esportivo**. São Paulo, Thomson Learning, 2008.

NOGUEIRA, Cláudio. **Zeros a direita**. Rio de Janeiro, Ventura, 2011.

PITTS, Brenda. **Fundamentos de Marketing Esportivo**, Editora Phorte, 2002.

REIN, F.; KOTLER, P.; SHIELDS, B. **Marketing Esportivo: A reinvenção do esporte na busca de torcedores**. Porto Alegre, Bookman, 2008.

#### **DISCIPLINA: PNL E COACHING: COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES HUMANAS**

##### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Proporcionar o desenvolvimento de habilidades de comunicação avançadas através de técnicas de programação neurolinguística, com foco em autodesenvolvimento e Liderança; Oportunizar ao aluno perceber a importância da eficácia da comunicação em relacionamentos; Desenvolver habilidades de automotivação, bem como, trabalhar a motivação em equipes, capacidade de negociar em diversos contextos, profissional e pessoal;

##### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### **PARTE I: Introdução A PNL, Comunicação e Relações Humanas**

1. Conhecendo a PNL;
2. Características do Sucesso;
3. Comunicação Eficiente;
4. Relações Interpessoais;
5. Aplicando PNL nos esportes;
6. Comunicando-se através de Histórias e Metáforas.

#### **PARTE II: Coaching na Comunicação**

1. Técnicas avançadas de ancoragem;
2. A modificação da experiência através da linguagem;
3. Como lidar com diferentes perfis comportamentais;

4. Estratégia de Flexibilidade;
5. Estratégia de Motivação;
6. PNL X Coaching;
7. A PNL no Coaching como ferramenta de Liderança;
8. Formação de Espírito de Equipe;
9. O Líder Coach;
10. A arte de perguntar;
11. Coaching X Mentoring X Counseling;
12. Hierarquia de Valores;
13. Administrar pressões e forças contrárias para atingir metas.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

##### **PARTE I: Introdução A PNL, Comunicação e Relações Humanas**

- BANDLER, Richard. **Hora de Mudar**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2003.
- BEGLEY, Sharon. **Treine a Mente mude seu Cérebro**. Rio de Janeiro: Editora objetiva, 2008.
- DE VRIES, Manfred F. R. K. **Experiências e técnicas de Coaching**. Porto Alegre, Bookman, 2009.
- DISMORE, Paul Campbell; SOARES, Monique C. **Coaching prático**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.
- LONGIN, Pierre. **Aprenda a lidar com a programação Neurolinguística**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- MISSEL, Simoni. **Feedback Corporativo, como saber se está indo bem**. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.
- SAYLER, Sharon. **Seu Corpo Fala no Trabalho**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.
- WHITMORE, John. **Coaching para aprimorar o desempenho**. São Pau

##### **PARTE II: Coaching na Comunicação**

- BANDLER, Richard. **Hora de Mudar**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2003.
- BEGLEY, Sharon. **Treine a Mente mude seu Cérebro**. Rio de Janeiro: Editora objetiva, 2008.
- DE VRIES, Manfred F. R. K. **Experiências e técnicas de Coaching**. Porto Alegre, Bookman, 2009.
- DISMORE, Paul Campbell; SOARES, Monique C. **Coaching prático**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.
- LONGIN, Pierre. **Aprenda a lidar com a programação Neurolinguística**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- MISSEL, Simoni. **Feedback Corporativo, como saber se está indo bem**. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.
- SAYLER, Sharon. **Seu Corpo Fala no Trabalho**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.
- WHITMORE, John. **Coaching para aprimorar o desempenho**. São Paulo: Clio Editora, 2012

#### **DISCIPLINA: A PROFISSIONALIZAÇÃO DA GESTÃO ESPORTIVA**

##### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Conhecer, compreender e estudar este novo paradigma da modernização e profissionalização do esporte, inclusive e através da publicação de uma nova legislação, se faz necessário para um melhor desenvolvimento profissional e de gestão esportiva, institucional, a partir de vivências e experiências concretas sobre os sistemas desportivos vigentes, estruturas legais, deliberativas, funcionais e organizacionais do esporte nacional e internacional; Compreender as teorias organizacionais e estilos de gestão administrativa e a Estrutura do sistema desportivo brasileiro; Proporcionar aos alunos condições de entenderem o gerenciamento de clubes esportivos sociais, bem como de estruturas congêneres. Suas relações com o mercado em geral e as interfaces neste processo. Identificar as diferentes possibilidades de captação de recursos financeiros visando a sustentabilidade e potencialização das instituições de práticas esportivas.

##### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**



1. Teoria Geral da Administração;
2. Visão Histórica das instituições esportivas;
3. Clubes, academias, serviços esportivos;
4. Administração da Nova Era;
5. A administração, o administrador, as organizações, os níveis organizacionais, o processo administrativo, as habilidades, competências e o papel do gestor esportivo;
6. Administração Esportiva (políticas, fundamentos, filosofia e concepção);
  - 6.1. Missão e Marco Referencial;
7. Administração Estratégica (planejamento, definição de objetivos, formação de equipes de trabalho, processo de avaliação);
8. Práticas de Gestão Administrativa (experiências práticas) nas áreas;
9. Gestão Econômica e Financeira:
  - 9.1. Atendimento;
  - 9.2. Captação de recursos;
  - 9.3. Patrocínio;
  - 9.4. Relacionamento com entidades congêneres e afins;
10. Gestão de Patrimônio:
  - 10.1. Bens Imóveis;
  - 10.2. Bens Móveis;
  - 10.3. Obras, Conservação e Manutenção;
11. Gestão de Talentos Humanos:
  - 11.1. Seleção;
  - 11.2. Recrutamento;
  - 11.3. Acompanhamento de Pessoal;
  - 11.4. Avaliação; desligamento;
  - 11.5. Programa de Desenvolvimento Profissional;
  - 11.6. Benefícios;
  - 11.7. Folha de Pagamento;
  - 11.8. Segurança do Trabalho;
  - 11.9. Psicologia e Assistência Social;
12. Gestão de Esportes:
  - 12.1. Esportes Competitivos;
  - 12.2. Esportes de Formação;
  - 12.3. Qualificação Profissional;
  - 12.4. Secretaria Esportiva;
  - 12.5. Almoxarifado de Esportes;
  - 12.6. Suporte para Competições;
  - 12.7. Departamento Médico e Fisioterápico;
  - 12.8. Psicologia e Nutrição Esportiva;
  - 12.9. Ferramentas de Gestão Administrativa (planejamento estratégico, orçamento);
13. Profissionalismo (direção, processo decisório e liderança).

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BATEMAN, Thomas S. **Administração**. Porto Alegre: AMGH, 2012.
- BERNARDES, Maria Elisa Mattosinho. **A Produção de Relatórios de Pesquisa**. São Paulo: Fontoura, 2005.
- BRASIL, Haroldo Guimarães. **Avaliação Moderna de Investimentos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- CARDIA, Cardia. **Marketing e Patrocínio Esportivo**. Porto Alegre: Bookman 2004.
- CHARAN, Ram. **A arte de cultivar líderes: como se tornar um mestre na criação de talentos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração para NÃO administradores**. São Paulo: Manole, 2011.

\_\_\_\_\_. **Gerenciando com as Pessoas**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

CLEMENTE, Ademir. **Projetos Empresariais e Públicos**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GARCIA, Luiz Fernando. **Pessoas de Resultado**. 5.ed. São Paulo: Gente, 2003.

GASALLA, José Maria. **Marketing & Formação de Executivos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GOLEMAN, Daniel, **Inteligência Emocional: a teoria revolucionária que define o que é ser inteligente**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

KATENBACH, Jon R. **Liderança fora do quadrado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KOULOPOULOS, Thomas M. **Inovação com resultado: o olhar além do óbvio**. São Paulo: Gente, 2011.

KOTLER, Philip. **O Marketing Sem Segredos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

LEIS DO ESPORTE E ESTATUTO DO TORCEDOR. 1.ed. São Paulo: Manole, 2003.

LÜCK, Heloísa. **Metodologia de Projetos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração de Projetos: como transformar idéias em resultados**. São Paulo: Atlas, 1997.

NICOLINI, Henrique. **O Evento Esportivo como Objeto de Marketing**. São Paulo: Phorte 2005.

PITTS, Brenda G. **Fundamentos do Marketing Esportivo**. São Paulo: Phorte, 2002.

POIT, Davi Rodrigues. **Organização de Eventos Esportivos**. 4.ed. São Paulo: Phorte, 2006.

SABA, Fábio. **Liderança e Gestão – para academias e clubes**. São Paulo: Phorte, 2006.

\_\_\_\_\_. **Vendas e Retenção** - São Paulo: Phorte, 2007.

SBRIGHI, César Augusto. **Como Conseguir Patrocínio Esportivo**. São Paulo: Phorte, 2006.

WATKINS, Michael. **Os Primeiros 90 Dias**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

## **DISCIPLINA: ASPECTOS DE GERENCIAMENTO NA INSTITUIÇÃO ESPORTIVA**

### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Introduzir os participantes em um plano mais avançado de planejamento e administração, alargando seus horizontes de análise e tentando demonstrar a metodologia adotada em muitas empresas, onde o processo de definição dos objetivos deixou de ser empírico ou intuitivo para tornar-se sistemático e parte da rotina dos seus executivos.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### **PARTE I: Organização de Eventos Esportivos**

1. Conceitos de eventos;
2. Classificação e tipologia de eventos;
3. Captação de eventos;
4. Planejamento estratégico de um evento;
5. Função do planejamento;
6. Processo de planejamento;
7. Fases de um evento (pré; trans e pós);
8. Marketing dos eventos;
9. Coordenação / liderança do evento;
10. Avaliação e relatório do evento;
11. Patrocínio em evento (proposta; filtragem; procedimento);
12. Controles e orçamentos;
13. Tecnologia e curiosidades;
14. Cerimonial e protocolos;
15. Disposição das bandeiras;
16. Precedência.

**PARTE II: Tema: Aspectos Econômicos da Administração Esportiva**

1. As grandes visões que moldam a forma de processar os números;
2. Fundamentos contábil-financeiros;
3. Ciente de tarefas;
4. Conceitos de aspectos econômicos;
5. Usuários internos e externos do sistema contábil;
6. Áreas de concentração;
7. Relatórios;
8. Importância dos relatórios;
9. Características básicas dos relatórios;
10. Tipos de relatórios;
11. Patrimônio.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS****PARTE I: Organização de Eventos Esportivos**

BRITO, Janaina & FONTES, Nenna. **Estratégia para Eventos: Uma ótica do Marketing e do turismo**. 2ªed. Ed. Aleph 2006.

CARDIA, Wesley. **Marketing e Patrocínio Esportivo**. São Paulo, Bookman, 2004.

FERREIRA, Ricardo Souto; WADA, Elizabeth Kyoko (orgs). **Eventos: uma alavanca de negócios: como e por que implantar PEGE / –** São Paulo: Aleph, 2010.

MARANHÃO, José Antônio. **Manual de Organização de Congressos e Eventos Similares**. Quality Mark 2008.

PHILLIPS, Jack J.; MYHILL, Monica; MCDONOUGH, James B.: **O valor estratégico dos eventos: como e por que medir ROI**. Tradução Ana Paula Garcia Spolon. São Paulo: Aleph, 2008.

SUTTON, William Anthony, MULLIN, James Bernard e HARDY, Stephen. **Marketing Esportivo**. Porto Alegre/RS, ARTMED, 2003.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e operacionalização**. 4ªed. Ed. Atlas 2008.

**PARTE II: Aspectos Econômicos da Administração Esportiva**

ALMEIDA, Marcelo. **Auditoria**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado Financeiro**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto. **Administração do Capital de Giro**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BRUNI, Adriano. **A Administração de Custos, Preços e Lucros**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CECCONELO, Antonio; AJZENTAL, Alberto. **A Construção do Plano de Negócio**. São Paulo: Saraiva, 2008.

DAMODARAN, Aswath. **Finanças Corporativas Aplicadas**. Porto Alegre, Bookman, 2002.

FERREIRA, Ricardo. **Contabilidade Avançada e Intermediária**. 3. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2009.

FLEURIET, Michel; KEHDY, Ricardo; BLANC, Georges. **O Modelo Fleuriet**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FREZATTI, Fábio. **Gestão do Fluxo de Caixa Diário**. São Paulo: Atlas, 2007.

FREZATTI, Fábio. **Orçamento Empresarial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

GITMAN, Lawrence. **Princípios de Administração Financeira**. 10. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004.

GITMAN, Lawrence; MADURA, Jeef. **Administração Financeira. Uma abordagem Gerencial**. São Paulo: Addison Wesley, 2006.

IUDÍCIBUS, Sérgio; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto; SANTOS, Arioaldo. **Manual de**

**Contabilidade Societária.** São Paulo: Atlas, 2010.

KEYNES, John Maynard. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda.** São Paulo: Atlas, 2009.

MANKIW, N. Gregogry. **Introdução à Economia.** 3. ed. São Paulo: Thomson, 2005.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial.** 14. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PINHEIRO, Juliano. **Mercado de Capitais.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Avançada.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Básica** 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

SÁ, Carlos Alexandre. **Fluxo de Caixa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Edson Cordeiro. **Como Administrar o Fluxo de Caixa das Empresas.** 3. ed

## **DISCIPLINA: GESTÃO DE TALENTOS**

### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Proporcionar uma visão crítica sobre as várias implicações de vida de um esportista e suas relações públicas e pessoais; Oportunizar a compreensão da dinâmica do trabalho jornalístico para aplicar os conhecimentos no cotidiano dos negócios esportivos; Desmitificar a relação jornalista-fonte e facilitar o convívio do profissional gestor do esporte com a imprensa; Oferecer subsídios aos pós-graduandos para que seja possível implantar um sistema integrado de comunicação em seu ambiente de trabalho, ampliando os efeitos de suas ações e qualificando o seu produto; Proporcionar o desenvolvimento de uma visão crítica sobre a importância do convívio com a imprensa no seu cotidiano. Estruturar um plano de negócios nas áreas de administração e marketing esportivo, com foco em possíveis negócios a serem implementados.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### **PARTE I: Comunicação e Gerenciamento da Carreira de Atletas**

1. A evolução da comunicação – noções de como a informação pode ser trabalhada para atingir os públicos de interesses;
2. A dinâmica da comunicação – como trabalha e para que trabalha o comunicador (noções básicas sobre como funciona a Lei de Imprensa);
3. A relação comunicadora-fonte – os caminhos para criar relações com o jornalistas (noções do cotidiano de trabalho de uma redação);
4. A ética na comunicação e a ética do comunicador – o limite entre a amizade e a confiança na fonte de informação (a discussão do “jornalista-anunciante”);
5. A miopia na informação – como fazer com que entrevistado e entrevistador entendam sobre o que estão falando;
6. A evolução na comunicação sobre negócios do esporte – entendimento sobre a conjuntura da cobertura comunicacional no universo do marketing esportivo;
7. A assessoria de imprensa – entendimento das funções de uma assessoria no plano de comunicação de uma empresa/entidade;
8. O gerente de marketing também é um assessor – noções de como vencer a barreira com o jornalista e conseguir fazer o trabalho de um assessor;
9. Como usar o negócio para gerar notícia – entendimento das necessidades do jornalista e como usá-las em benefício de seu produto;
10. O futuro da comunicação no esporte – a tendência para os próximos anos e como o profissional do marketing esportivo estará inserido nesse contexto;
11. Comunicação-oficial – noções de como é possível criar o seu próprio veículo de comunicação para transmitir a informação mais “filtrada”;
12. Televisão: aliada ou vilã – discussão sobre o papel da televisão como mídia espontânea ou paga. O dilema entre o jornalismo e o entretenimento e as implicações disso para o departamento de

marketing;

13. A segmentação da informação – como as novas mídias facilitam o trabalho do marketing e comunicação.
14. Competências do assessor e do esportista (definição das funções responsabilidades do atleta e seu quadro de colaboradores);
15. Plano de comunicação integrada de marketing (elaboração de estratégias conjuntas das vertentes de marketing institucional);
16. O marketing pessoal (conceitos e características) e planejamento e estratégias (aspectos comportamentais e desenvolvimento de *Net Work*);
17. Responsabilidade social (aplicação dos conceitos de marketing no terceiro setor da economia);
18. Merchandising no esporte (endosso de personalidades do esporte em produtos licenciados);
19. Direitos de imagens no Brasil e no mundo (aspectos legais e mercadológicos bem como suas implicações no esporte);
20. Fundamentos de relações públicas (noções e conceitos de rp e sua interação com outras áreas afins)
21. Empreendedorismo (critérios para a montagem e avaliação de novos negócios);
22. Gestão patrimonial (noções para a gestão de patrimônio pessoal);
23. Relacionamento com a imprensa (noções práticas de *midia training*).

## **PARTE II: Elementos de Marketing**

1. História do Marketing;
2. Conceitos de Marketing;
3. O Marketing: características e funções;
4. O Posicionamento como diferencial competitivo no mercado;
5. O Marketing-Mix (Produto, Preço, Praça e Promoção);
6. Sistema de Marketing;
7. Segmentação (conceitos, características, funções);
8. Administração de marcas e produtos;
9. Marketing de Serviços;
10. Marketing Pessoal;
11. Planejamento Estratégico;
12. Estudos de casos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **PARTE I: Comunicação e Gerenciamento da Carreira de Atletas**

- ALCÂNTARA, Norma; CHAPARRO, Manuel; GARCIA, Wilson. **Imprensa na Berlinda: a fonte pergunta**. São Paulo: Celebris, 2005.
- BALCARCZYK, Justyna. **Protecting the Image of Adam Malysz, Robert Kubica and Jerzy Dudek: The Polish**. Understanding of the Right to an Athlete's Image. *International Sports Law Review* Pandektis, v.9, 2009, pp. 22-34.
- BASTOS FILHO, João Florêncio. **Gestão de Carreiras - Âncoras, Portos e Timoneiros**. Editora Fênix, 2005.
- BENTO, Jorge Olímpio. **Do 'Homo Sportivus':** relações entre natureza, cultura e técnica. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, v.21, n.4, São Paulo, Out/Dez 2007, pp. 315-330.
- BOOG, G.; MAGDALENA, (coord.) **Manual de Gestão de Pessoas e Equipes**. Vol. 1. São Paulo: Editora Gente, 2002.
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica**. São Paulo, All Print Editora, 2005 (o livro está esgotado e será relançado pela Mojoara Editorial em 2007, atualizado e revisado).
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo, Editora Manole, 2003.

CAMPOMAR, Marcos; IKEDA, Ana. **O Planejamento de Marketing e a Confecção de Planos: dos Conceitos a um Novo Modelo**. Saraiva: São Paulo, 2006.

CAMPOS, Anderson Gurgel. **O futebol no campo econômico: Construção jornalística da Copa do Mundo de 2002 como negócio**. São Paulo: Tese de mestrado no Programa de estudos pós-graduados em comunicação e semiótica da PUC-SP, 2004.

CHADWICK, Simon; ARTHUR, Dave. **International Cases in the Business of Sport**. Burlington: BH, 2007.

CHAMPI Jr, Afonso e BARBOSA, Djalma Gonçalves. **Diário de uma crise: lições do caso Parmalat**. Rio de Janeiro, Qualitymark, 2004.

CHAPPELET, Jean-Loup; KÜBLER-MABOTT, Brenda. **The International Olympic Committee and the Olympic System**. Nova York: Routledge, 2008.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

CUNHA, André. **O Desporto para Além do Óbvio**. Lisboa: Instituto do Desporto de Portugal, 2003.

DEL PRIORE, Mary; MELO, Victor. **História do Esporte no Brasil**. São Paulo: Editora Unifesp, 2009.

FERRAND, Alain; TORRIGIANI, Luigino; CAMPS I POVILL, Andreu. **Routledge Handbook of Sports Sponsorship: Successful Strategies**. Nova York: Routledge, 2007.

FRIEDMAN, Thomas. **O Mundo é Plano**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

GRAÇA FILHO, Ary. **Estratégia Institucional do Esporte no Brasil: Reflexões Estratégicas a Favor do Esporte Democrático e Solidário**. Rio de Janeiro: Mentor Textual, 2010.

HARDY, Stephen; MULLIN, Bernard & SUTTON, William. **Marketing Esportivo**. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2004.

HELLAND, Knut. **Football, Sports Rights, Marketing and Journalism**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Outubro 2006, pp. 11-15.

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo: Pearson, 2011.

JAY, Ros. **Crise**. São Paulo, Editora Manole, 2003.

KIM, Yong-Man; KIM, Susan. **The relationships between team attributes, team identification and sponsor image**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Abril 2009, pp. 215-219.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUPER, Simon; SZYMANSKI, Stefan. **Soccernomics**. Nova York: Nation Books, 2009.

MANSUR, Thiago; ZANETTE, Rafael (Orgs.). **O Marketing Esportivo no Brasil**. Florianópolis: Instituto Brasileiro de Marketing Esportivo, 2012.

MARTINS, H. T. **Gestão de Carreiras na era do conhecimento: abordagem conceitual & resultados de pesquisa**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de e CARVALHO, Sérgio. **Gestão de marcas nos esportes: teoria e prática**. Jundiaí, Editora Fontoura, 2006.

MENG, Juan; PAN, Po-Lin. **Revisiting Image-Restoration Strategies: An Integrated Case Study of Three Athlete Sex Scandals in Sports News**. International Journal of Sport Communication, v.6, 2013, pp. 87-100.

NETO, Francisco Paulo de Melo. **Marketing Esportivo**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

NICOLINI, Henrique. **Evento esportivo como objeto de marketing**. São Paulo, Phorte Editora, 2005.

PINHO, J.B. **Comunicação nas organizações**. Viçosa/MG, Editora Universidade de Viçosa, 2006.

PIRES, Gustavo. **Agôn Gestão do Desporto: o Jogo de Zeus**. Porto: Porto Editora, 2007.

REIN, Irving; KOTLER, Philip; SHIELDS, Ben. **Marketing Esportivo: a Reinvenção do Esporte na Busca de Torcedores**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

RODRIGUES, Ernesto. **Jogo Duro**: a História de João Havelange. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ROSA, Mário. A era do escândalo. Lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo, Geração Editorial, 2003.

ROSA, Mário. **A reputação na velocidade do pensamento (Imagem e Ética na era digital)**. São Paulo, Geração Editorial, 2006.

ROWE, David. **Sport and the Repudiation of the Global**. International Review for the Sociology of Sport, n.3, Londres, 2003, pp. 281-294.

SINA, Amália. Crise & Oportunidade em chinês e nos negócios essas duas palavras são uma só. 2a ed. São Paulo, Editora Saraiva, 2005.

SMIT, Barbara. **Invasão de Campo**: Adidas, Puma e os Bastidores do Esporte Moderno. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

SORIANO, Ferran. **A Bola não Entra por Acaso**. São Paulo: Princípio, 2010.

STOTLAR, David K. **Como desenvolver planos de Marketing Esportivo**. São Paulo, Idea & Ação, 2005.

SUTTON, William Anthony, MULLIN, James Bernard e HARDY, Stephen. **Marketing Esportivo**. Porto Alegre/RS, ARTMED, 2003.

WESLEY, Cardia. **Marketing e patrocínio esportivo**. São Paulo, Bookman, 2004.

WOODWARD, Clive. **Winning!**. Londres: Hodder, 2004.

## **PARTE II: Elementos de Marketing**

CHURCHILL, Gilbert A Jr. e Peter, Jean P. **Marketing: agregando valor para os clientes**. São Paulo, Saraiva, 2013.

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa**. São Paulo: Atlas, 2006.

KASZNAR, Istvan K. e Graça, Ary S. **A Indústria do Esporte no Brasil**. São Paulo, M. Books, 2012

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo, Pearson Education, 2012.

MELO NETO, Francisco Paulo. **Marketing Esportivo: O esporte como ferramenta do marketing moderno**. São Paulo, Bestseller, 2013.

MORGAN, Melissa J. e Summers, Jane. **Marketing Esportivo**. São Paulo, Thomson Learning, 2008.

NOGUEIRA, Cláudio. **Zeros a direita**. Rio de Janeiro, Ventura, 2011.

REIN, F.; Kotler, P.; Shields, B. **Marketing Esportivo: A reinvenção do esporte na busca de torcedores**. Porto Alegre, Bookman, 2008.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de Marketing e Comunicação Avanços e Aplicações**. São Paulo, Saraiva, 2011.

## **DISCIPLINA: ASPECTOS PSICOLÓGICOS, SOCIAIS E LEGAIS NAS INSTITUIÇÕES ESPORTIVAS.**

### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Proporcionar aos alunos a visão dos produtos que compõem a área e vivenciar atividades críticas em RH, a fim de sensibilizar para o uso adequado das técnicas disponíveis e profissionalização de suas áreas/empresas; Identificar as características e necessidades de implantação de uma política de Recursos Humanos nas diversas áreas do esporte; Oportunizar aos pós-graduandos a elaboração de um projeto de RH para uma instituição esportiva; Compartilhar práticas modernas de administração e técnicas gerenciais focadas em gestão de pessoas.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### **PARTE I: Gestão de Pessoas**

**1.** Gestão de Pessoas - o desafio das organizações;

2. Dinâmica e funcionamento das equipes nas organizações;
3. Motivação, liderança e comunicação nas equipes;
4. Programa de gestão integrada de RH - satisfação, produtividade e eficácia;
5. Recrutamento e Seleção;
6. Recrutamento - Definição do perfil, fontes, análise de currículos;
7. Seleção - Utilização das Técnicas: entrevista, dinâmica de grupos, testes, provas situacionais;
8. Integração na equipe/empresa;
9. Remuneração Estratégica;
10. Remuneração fixa e variável, benefícios;
11. Descrição e avaliação de cargos;
12. Etapas da implantação de um programa de remuneração;
13. Clima e comportamento organizacional;
14. Avaliação de desempenho;
15. Um processo de feedback líder X liderado;
16. Avaliação de desempenho e desenvolvimento profissional;
17. Treinamento e desenvolvimento;
18. Gestão por Competências;
19. *E-learning* uma nova alternativa;
20. Programas de qualidade de vida;
21. Visão histórica da administração de recursos humanos no Brasil;
22. Mudança organizacional e conflitos.

## **PARTE II: Direito Esportivo**

1. Sistemas Desportivos e Estruturas Organizacionais;
2. Comitê Olímpico Internacional;
3. Associação dos Comitês Olímpicos Nacionais;
4. Comitê Olímpico Brasileiro (COB);
5. Comitê Paraolímpico Brasileiro;
6. Federações Desportivas Internacionais;
7. Confederações Desportivas Continentais;
8. Entidades Nacionais de Administração do Desporto - Confederações;
9. Entidades Regionais de Administração do Desporto - Federações;
10. Entidades de Prática Desportiva - Clubes.
11. Constituição Federal de 1988

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **PARTE I: Gestão de Pessoas**

- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**. Edição Compacta, São Paulo, 2002.
- DYER, William G., W. DYER, Jeffrey H. **Equipes que Fazem a Diferença - Estratégias Comprovadas para Desenvolver Equipes de Alta Performance**. Editora: Saraiva, São Paulo, 2011.
- MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph. **Safári de Estratégia**. Editora Bookman, Porto Alegre, 2003.
- MORIN, Edgar. **Os Setes Saberes Necessários a Educação do Futuro**. Cortez Editora, São Paulo, 2001.
- OLIVEIRA, Juarez. **Consolidação das Leis do Trabalho**. Editora Saraiva, 28a. edição, São Paulo, 2007.
- PAIM, Rafael, CARDOSO Vinicius, CAULLIRAUX Heitor. **Gestão de Processos - Pensar, Agir e Aprender**. Editora: Artmed, São Paulo, 2009.
- PEDROSO, Ediberto Tadeu. **Administração e os Novos Paradigmas**. Editora: QualityMark, São



Paulo, 2004.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva**. Editora Campus, São Paulo, 2ª. Edição, 2006.

PORTER, Michael E. **Competição - Estratégias Competitivas Essenciais**. Editora Campus, São Paulo, 2007.

SOTO, Eduardo. **Comportamento Organizacional**. Editora Pioneira Thomson, São Paulo, 2002.

Revista **EXAME**. Editora Abril, Edições de 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012 São Paulo.

Revista **MANAGEMENT**. Informação e Conhecimento para Gestão Empresarial. Editora HSM Management, Edições de Janeiro/Fevereiro de 2001 a Maio/Junho 2012, São Paulo.

Revista **AMANHÃ**. Edições de 2009 a 2012.

## **PARTE II: Direito Esportivo**

KRIEGER, Marcílio. **Lei Pelé e Legislação Desportiva Brasileira Anotadas**. Editoras Forense e Gryphus, Rio de Janeiro, 1999.

LEIS DO ESPORTE E ESTATUTO DO TORCEDOR. 1.ed. São Paulo: Manole, 2003

MELO, Álvaro. **“Lei Pelé” - Comentários à Lei Nº 9.615/98**. Editora Brasília Jurídica, Brasília - DF, 1998.

MONTES, Vicente. **El Sistema Desportivo**. Curso de Administração Esportiva. COI/Solidariedade Olímpica/COB, Rio de Janeiro, 2000.

NUNES, Inácio. **Lei Pelé, Comentada e Comparada**. Editora Lumen Juris, Rio de Janeiro, 1998.

**Revista EXAME**. Editora Abril, Edições de 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 e 2003, São Paulo.