



**DIRETORIA DE EXTENSÃO E RELAÇÕES EMPRESARIAIS**

**PPC – PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO DE EXTENSÃO**

**TÍTULO DO CURSO:  
GESTÃO DA COMUNICAÇÃO E DO MARKETING EM CLUBES DE FUTEBOL**

**Título dado ao aluno ao concluir o curso: sem titulação**

## SUMÁRIO

<b>1. IDENTIFICAÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO DE EXTENSÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. IDENTIFICAÇÃO DO CAMPUS</b>	<b>3</b>
<b>3. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO DE EXTENSÃO</b>	<b>3</b>
<b>4. APRESENTAÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>5. JUSTIFICATIVA</b>	<b>5</b>
<b>6. OBJETIVO GERAL</b>	<b>6</b>
6.1 Objetivos específicos	6
<b>7. PÚBLICO ALVO</b>	<b>6</b>
<b>8. FORMAS DE DIVULGAÇÃO</b>	<b>6</b>
<b>9. FORMAS DE ACESSO AO CURSO</b>	<b>7</b>
<b>10. PROCEDIMENTOS/METODOLOGIA</b>	<b>7</b>
<b>11. ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO</b>	<b>7</b>
<b>12. PROCESSO DE AVALIAÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>13. INFORMAÇÕES ADICIONAIS</b>	<b>7</b>
<b>14. REFERÊNCIAS</b>	<b>8</b>
<b>15. CONTRIBUIÇÕES ESPERADAS/METAS</b>	<b>8</b>

### 1. IDENTIFICAÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO DE EXTENSÃO

<b>Nome:</b>	Kleber Augusto Ribeiro
<b>Titulação:</b>	Mestre
<b>Telefone institucional:</b>	(85) 3307.3639
<b>E-mail institucional:</b>	kleber.ribeiro@ifce.edu.br

### 2. IDENTIFICAÇÃO DO CAMPUS

<b>Campus</b>	Fortaleza
<b>Endereço</b>	Avenida Treze de Maio, 2081 - Benfica
<b>Cidade/UF/CEP</b>	Fortaleza-CE
<b>Telefone – Fax</b>	(85) 3307.3666
<b>E-mail</b>	dtuhl.fortaleza@ifce.edu.br

### 3. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO DE EXTENSÃO

<b>Tipo de Curso de Extensão:</b>	<input type="checkbox"/> <b>Formação Inicial</b> (carga horária mínima – 160h) <input type="checkbox"/> <b>Formação Continuada</b> (carga horária mínima – 40h) <input checked="" type="checkbox"/> <b>Curta Duração</b> (carga máxima – 40h)
<b>Carga horária total:</b>	40 horas
<p>Obs.: Selecione somente <b>uma Área de Atuação da Extensão e um Eixo Tecnológico</b> para o curso.</p> <p style="text-align: center;"><b>Área de Atuação da Extensão</b></p> <p> <input type="checkbox"/> <b>Comunicação</b>  <input type="checkbox"/> <b>Cultura</b>  <input checked="" type="checkbox"/> <b>Educação</b>  <input type="checkbox"/> <b>Meio Ambiente</b>  <input type="checkbox"/> <b>Saúde</b>  <input type="checkbox"/> <b>Trabalho</b>  <input type="checkbox"/> <b>Tecnologia e Produção</b>  <input type="checkbox"/> <b>Direitos Humanos e Justiça</b> </p> <p style="text-align: center;"><b>Eixo Tecnológico</b></p> <p> <input type="checkbox"/> <b>Ambiente e Saúde</b>  <input type="checkbox"/> <b>Segurança</b>  <input type="checkbox"/> <b>Desenvolvimento Educacional e Social</b>  <input type="checkbox"/> <b>Controle e Processos Industriais</b>  <input checked="" type="checkbox"/> <b>Gestão e Negócios</b>  <input type="checkbox"/> <b>Turismo, Hospitalidade e Lazer</b>  <input type="checkbox"/> <b>Informação e Comunicação</b>  <input type="checkbox"/> <b>Infraestrutura</b>  <input type="checkbox"/> <b>Produção Alimentícia</b>  <input type="checkbox"/> <b>Produção Cultural e Design</b>  <input type="checkbox"/> <b>Produção Industrial</b>  <input type="checkbox"/> <b>Recursos Naturais</b> </p>	

<b>Modalidade de ensino:</b>	( ) Presencial ( X ) A distância (MOOC)
<b>Local de realização:</b>	Plataforma Moodle
<b>Escolaridade mínima dos participantes:</b>	Ensino Fundamental
<b>Período letivo inicial (Ano de execução/Semestre):</b>	2022.1
<b>Data de início:</b> abril/2022	<b>Previsão de término:</b> agosto/2023
<b>Turno de oferta:</b> Obs.: Selecione somente um turno.	( ) Matutino ( ) Vespertino ( ) Noturno ( ) Integral ( X ) Livre
<b>Nº de vagas ofertadas para comunidade interna ao campus:</b> ilimitado	<b>Nº de vagas ofertadas para comunidade externa ao campus:</b> ilimitado
<b>Nº mínimo de participantes por turma:</b> sem número mínimo	<b>Nº máximo de participantes por turma:</b> sem número máximo
<b>Instituição parceira, caso haja:</b>	Ministério da Cidadania / Secretaria Especial do Esporte / Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor
<b>Requisitos para ingresso do discente ao curso:</b>	Ensino Fundamental

#### 4. APRESENTAÇÃO

No Brasil, o futebol representa uma parcela significativa da chamada indústria do esporte, setores da economia que envolvem produtos e serviços relacionados ao esporte. O aumento da demanda por produtos e serviços do futebol fez com que esse segmento esportivo passasse a movimentar quantias cada vez maiores de recursos financeiros e, com isso, as organizações esportivas estão tendo, inevitavelmente, que pensar na capacitação dos seus profissionais.

Pensar em formação específica para o futebol, de forma acessível, gratuita e de qualidade, tanto na dimensão da gestão, como na área técnica desportiva, é fundamental para a promoção da empregabilidade no mercado do futebol, para o sucesso das organizações esportivas e, conseqüente, para o desenvolvimento do esporte nacional.

Nesse sentido, a Secretaria Especial do Esporte do Ministério da Cidadania, por intermédio da Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor (SNFDT) estabeleceu o Programa Academia e Futebol, que em parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), tem como objetivo desenvolver e ofertar, para todo o Brasil, cursos de formação inicial e continuada em diversas dimensões da gestão e da área técnica do futebol e suas variações.

Dentre os cursos propostos pelo Programa tem-se Gestão da Comunicação e do Marketing em Clubes do Futebol, que tem como objetivo estudar a indústria do futebol e a sua relação com aspectos culturais da nossa sociedade, além de entender as relações de consumo, mídia e entretenimento associados ao futebol. Além disso, pretende apresentar aos cursistas os fundamentos básicos e

essenciais quanto ao domínio das estratégias de marketing esportivo e da comunicação estratégica integrada, tão importantes para a construção de marcas fortes e bem posicionadas no futebol.

Espera-se, que as ações de promoção e difusão do conhecimento do Programa Academia e Futebol alcance a todos que almejavam, buscavam ou aguardavam por formação pública, gratuita, acessível e de qualidade nas áreas do futebol e suas variações.

**Palavras – chave:** Marketing esportivo. Comunicação esportiva. *Branding*. Indústria do futebol. Produto esportivo.

## 5. JUSTIFICATIVA

O Programa Academia do Futebol foi desenvolvido em parceria entre o Ministério da Cidadania e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), como um instrumento alinhado à política pública da Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor, da Secretaria Especial do Esporte, de promoção de formação na modalidade de futebol no país, bem como da cidadania por meio do acesso às ações formativas do programa.

Nas últimas três décadas, estamos assistindo ao crescimento global da chamada Indústria do Esporte. Os negócios relacionados às atividades esportivas têm gerado, ano a ano, um aumento do interesse da população mundial nas atividades relacionadas ao esporte, seja como possibilidade de lazer, seja como possibilidade de consumo dos seus produtos e serviços, quase sempre ligados ao entretenimento.

O mercado global de esportes para espectadores foi avaliado em US\$ 265 bilhões em 2017. O valor apresentado inclui as atividades de equipes e clubes esportivos, instalações destinadas a eventos do setor e os produtos esportivos de comunicação e mídia, ou seja, o espectador do esporte. Times e clubes esportivos são equipes ou clubes profissionais ou semiprofissionais que participam, principalmente, de eventos esportivos ao vivo diante de um público pagante, o consumidor do esporte.

De 2005 a 2017, apenas para ilustrar, a receita gerada no mercado esportivo global pulou de US\$ 46,5 bilhões em 2005 para US\$ 90,9 bilhões em 2017, um crescimento de 95,5% em um curto período de doze anos. Com o crescimento acelerado dessa indústria, estão surgindo estratégias para o melhor aproveitamento, por parte das grandes marcas e empresas que investem no setor esportivo, de todos os recursos financeiros e dos potenciais consumidores que esse universo oferece.

O marketing e a comunicação no futebol, antes realizados de forma amadora, passaram a se profissionalizar e a demandar dos seus atores a aplicação de metodologias e práticas que levem as organizações que atuam no futebol àquilo que é o centro do papel do gestor do esporte: o equilíbrio entre os resultados econômicos, financeiros e esportivos das entidades que administram. Nesse contexto, conhecer cada vez melhor as estratégias de comunicação e marketing é fundamental para o sucesso na gestão do futebol.

A oferta de formação inicial e continuada nas dimensões técnica e de gestão do futebol é objeto deste programa, que visa contribuir com o desenvolvimento dessa modalidade esportiva e da

cidadania no país. Além disso, o programa atende ao previsto na Lei Pelé, em seu art. 3º IV, que desperta para a importância de ações que promovam a aquisição de conhecimentos desportivos que garantam o aperfeiçoamento qualitativo e quantitativo, da competência técnica para a intervenção desportiva, em termos recreativos, competitivos ou de alta competição.

Por fim, consolidada como referência no ensino da educação física e do esporte no Nordeste do país, o IFCE possui três cursos de licenciatura em educação física e o curso de gestão desportiva e de lazer mais bem avaliado do país pelo MEC, sendo a instituição com maior capacidade técnica para a execução do programa no estado do Ceará.

## 6. OBJETIVO GERAL

O curso tem como objetivo proporcionar a compreensão do marketing e da comunicação como dimensões fundamentais para um clube de futebol, especialmente na perspectiva de estratégias para melhora e ampliação das relações com os consumidores e torcedores.

### 6.1 Objetivos específicos

- Definir comunicação, conhecer seus tipos e identificar sua aplicabilidade;
- Analisar casos de comunicação integrada de organizações esportivas no contexto do futebol brasileiro e internacional;
- Definir marketing esportivo no contexto do futebol brasileiro e internacional, conhecer seus tipos, identificar sua aplicabilidade e analisar casos dessa área. Reconhecer como planejar, organizar e dirigir ações de comunicação e marketing para produtos e serviços esportivos direcionados ao futebol.

## 7. PÚBLICO ALVO

Concludentes do Ensino Fundamental, estudantes e profissionais das áreas correlatas com a gestão, com o marketing e com a comunicação no futebol e no esporte em geral.

## 8. FORMAS DE DIVULGAÇÃO

A divulgação do curso observará orientações da Resolução nº 15/2019 do IFCE e caberá à Pró-reitoria de Extensão, ao Departamento de Comunicação Social, ao campus Fortaleza, à Diretoria de Extensão, Coordenadoria de Comunicação Social, Coordenação do Programa, bem como Ministério da Cidadania, por meio de:

- Edital;
- Redes sociais do IFCE, do Ministério da Cidadania e do Programa Academia e Futebol
- Meios de comunicação da sociedade;
- Organizações públicas e privadas relacionadas à gestão, prática e ensino do futebol e esporte em geral.

## 9. FORMAS DE ACESSO AO CURSO

O curso será totalmente gratuito e online e o cursista poderá se inscrever através da plataforma <http://academiafutebol.ifce.edu.br/index.php>. Será publicado edital único com as orientações de acesso e permanência nos cursos ofertados pelo Programa Academia e Futebol.

## 10. PROCEDIMENTOS/METODOLOGIA

A Plataforma utilizada para disponibilização dos cursos aos discentes será o Moodle, sob a gerência do Centro de Referência em EaD do IFCE (CREAD). Disponibilizaremos o e-mail do Programa Academia e Futebol ([suporteacademiafutebol@ifce.edu.br](mailto:suporteacademiafutebol@ifce.edu.br)) para resolução das possíveis dúvidas pedagógicas e técnicas pela equipe de coordenação (2 professores e 1 técnica-administrativa). Quanto a estas últimas, também contaremos com o suporte dos membros do CREAD. Criaremos uma escala de revezamento semanal para responder às demandas enviadas.

## 11. ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

Nome do Curso	Carga Horária	Professor
Gestão da Comunicação e do Marketing em Clubes de Futebol Unidade 1 - A indústria do futebol Unidade 2 - Marketing esportivo Unidade 3 - Comunicação estratégica no futebol Unidade 4 - <i>Branding</i> no futebol	40h	Curso em formato MOOC, sem tutoria

## 12. PROCESSO DE AVALIAÇÃO

Ao final de cada unidade didática será aplicada uma avaliação contendo 5 questões cuja nota máxima será 10,0. A média final para aprovação é de 6 pontos

## 13. INFORMAÇÕES ADICIONAIS

É uma ação vinculada a algum programa ou projeto de extensão? ( ) NÃO ( X ) SIM

Qual? Programa Academia e Futebol

Parceria ( ) Apoio ( X ) Convênio ( ) Inexistente ( )

Qual? Ministério da Cidadania

● **Critérios para emissão de certificados para participantes:**

- Nota mínima: 6,0

- Frequência mínima: 75%

## 14. REFERÊNCIAS

BILLINGS, A. C.; BUTTERWORTH, M. L.; TURMAN, P. D. **Communication and Sport** – surveying the field. Los Angeles: Sage, 2012.

BLACKWELL, R. D.; MINARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Pioneira Tompson Learning, 2005.

CARDIA, W. **Marketing esportivo e administração de arenas**. São Paulo: Atlas, 2014.

COBRA, M. **Marketing do entretenimento**. São Paulo: SENAC, 2008.

GOLDMAN, R.; PAPSON, S. **Nike culture**. London: Sage, 1998.

HAWKIS, D. I.; MOTHERSBAUGH, D. L.; BEST, R. J. **Comportamento do consumidor**: construindo a estratégia de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007 – 2ª tiragem.

HORNE, J. **Sport in consumer culture**. New York: Palgrave MacMillan, 2006.

KOTLER, P.; REIN, I.; SHIELDS, B. **Marketing esportivo** – a reinvenção do esporte na busca de torcedores. Porto Alegre: Bookman, 2008.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. – revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

MATTAR, M. F.; MATTAR, F. N. **Gestão de negócios esportivos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MORGAN, M. J.; SUMMERS, J. **Marketing esportivo**. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

MOWEN, J., MINOR, M. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MULLIN, B. J.; HARDY, S.; SUTTON, W. A. **Marketing esportivo**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

PEDERSEN, P. M.; MILOCH, K. S.; LAUCELLA, P. C. **Strategic Sport Communication**. Champaign: Human Kinetics, 2007.

PITTS, B. G.; STOTLAR, D. K. **Fundamentos de marketing esportivo**. São Paulo: Phorte, 2002.

ROCCO JR., A. J. **Marketing e gestão do esporte**. São Paulo: Atlas, 2012.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2002

## 15. CONTRIBUIÇÕES ESPERADAS/METAS

Espera-se que as ações de promoção e difusão do conhecimento do Programa Academia e Futebol alcance a todos que almejavam, buscavam ou aguardavam por formação pública, gratuita, acessível e de qualidade nas áreas do futebol, do futsal e variações.