

CURSO DE MARKETING ESPORTIVO 4.0

ONLINE

CURSO DE MARKETING ESPORTIVO 4.0

Datas

22 de março
a 14 de junho

Duração

112h

19h00 às 22h30

(algumas aulas serão
das 12h00 às 14h00)

Portugues e espanhol

Online

- Conteúdo Internacional
- Dupla certificação
- Créditos para o MBA
- Conteúdo complementar (campus virtual)
- Descontos em cursos futuros

Ao mesmo tempo em que esporte representa paixão e emoção, é um negócio cada vez mais estruturado e sofisticado. Atualmente gira cifras próximas a US\$ 500 bilhões por ano no mundo com compra e venda de direitos de transmissão, patrocínios, bilheteria, produtos licenciados, entre outros.

Assim como em outros setores da economia, a indústria esportiva experimenta uma verdadeira revolução digital na forma como o evento é produzido, a comunicação é realizada, o relacionamento entre a marca e o fã é estabelecido.

Neste contexto, cresce a necessidade de se formar profissionais aptos a lidar com um novo consumidor esportivo, para quem as opções de entretenimento são cada vez mais amplas, as necessidades são mais imediatas, os desejos são mais complexos, entre uma série de outras características desafiadoras para o gestor de marketing.

OBJETIVOS

- Apresentar os conceitos fundamentais do marketing esportivo atual
- Explicar o que este novo consumidor esportivo deseja e espera do relacionamento com a marca/modalidade/clube/atleta
- Discutir os prós e contras das diferentes formas de transmitir o evento esportivo
- Conhecer e exercitar as ferramentas disponíveis para desenvolver engajamento com os fãs
- Compreender os interesses das marcas ao se relacionarem com o esporte
- Trazer o que há de mais atual no mercado esportivo internacional

PÚBLICO ALVO

- Profissionais que já atuam na indústria esportiva e que desejam ampliar sua formação com uma chancela internacional
- Pessoas interessadas em ingressar no mercado esportivo

COORDENADOR

Fernando Augusto

Diretor da Trevisan Escola de Negócios. Mestre em Marketing Estratégico pela Cranfield University (UK). Bacharel em Administração de Empresas pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP/FGV). Bacharel em Comunicação Social: Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Co-autor do livro *Nos Bastidores da Educação Brasileira – A Gestão Vista por Dentro*. Membro do Conselho Fiscal da Fundação Dorina Nowill para Cegos e da Associação de Apoio à Criança Deficiente (AACD). Criador de cursos e eventos na área de gestão esportiva. Criador da CONAFUT – Conferência Nacional do Futebol. Membro da Academia Lance! de especialistas em gestão esportiva desde abril de 2013.

PROFESSORES

Davis Tenório

<https://www.linkedin.com/in/davis-de-luna-ten%C3%B3rio-3166b320/>

Víctor Jordán

<https://www.linkedin.com/in/victorjv/>

Lukas Dorda

<https://www.linkedin.com/in/lukasdorda/>

Fábio Wolff

<https://www.linkedin.com/in/f%C3%A1bio-wolff-baa29b21/>

José Colagross

<https://www.linkedin.com/in/jose-colagrossi-9b0380>

PROGRAMA

5 MÓDULOS, 112 H

1 FUNDAMENTOS DE MARKETING ESPORTIVO (16H) | PORTUGUES

O Esporte: Origem, Conceitos, a Indústria, o Negócio e o Marketing Esportivo

Conceitos e Estratégias em Marketing Esportivo

Introdução ao Branding Esportivo

Modelo de Plano de Marketing em Entidades Esportivas

2 MARKETING DIGITAL APLICADO AO ESPORTE | ESPANHOL

A revolução digital e seu impacto na indústria do esporte

Estratégia digital: muito mais que marketing

Conteúdos e plataformas: o poder das redes sociais para criar engajamento de fãs

Da geração de conteúdo à monetização

O desenho de um Plano de Marketing Digital

Como implementar nosso plano

3 FAN ENGAGEMENT | ESPANHOL

Introdução ao "Fan Engagement"

Conceitos-chaves de Fan Engagement

Entendendo o torcedor

Estratégia de Fan Engagement

Mehores práticas de Fan Engagement

Tendências atuais e o futuro do Fan Engagement

4 PATROCÍNIO ESPORTIVO | PORTUGUES

Construção, posicionamento e identidade de marca no esporte

Estratégia de comunicação e imagem no esporte

O papel do patrocínio esportivo na estratégia da marca

As diferentes modalidades de patrocínio esportivo

Exposição x Ativação: agregando valor ao patrocínio

Métricas de avaliação do retorno sobre o investimento

Marketing de Emboscada

5 COMUNICAÇÃO & MÍDIA NO ESPORTE | PORTUGUES

Relações Mídia e Esporte: um histórico

Departamento de Comunicação de Entidades Esportivas

Negociação de Direitos de Mídia

Batalha mercadológica: TV convencional x streaming

Era das Fake News: como reagir

Modelo de Plano de Comunicação de um Evento Esportivo



Trevisan
ESCOLA DE NEGÓCIOS