



MBA em Mídias e Esportes

Objetivo do curso: Preparar profissionais para planejar, produzir e divulgar conteúdo midiático e informacional para a indústria esportiva, cobrindo eventos esportivos, testando os fundamentos da experiência do consumidor, criando estratégias de marca para organizações esportivas, bases de fãs e atletas, implementando campanhas em meios digitais, bem como explorando as potencialidades desta indústria com comunidades locais e globais.

Público-Alvo: Profissionais graduados em diversas áreas do conhecimento, ligados às atividades de comunicação; Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Administração, entre outras, que pretendem ingressar ou aprofundar seus conhecimentos na indústria esportiva.

Carga Horária: 432 horas-aula

Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária.

O ECOSISTEMA DA INDÚSTRIA DO ESPORTE	
Introdução ao mundo dos esportes	32h/a
Comportamento do consumidor de esportes	32h/a
Indústria do esporte e marketing esportivo	32h/a
<i>Sports law</i>	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
AGENTES MIDIÁTICOS NO ESPORTE	
Jornalismo esportivo	32h/a
Assessoria de imprensa e comunicação institucional no esporte	32h/a
Patrocínio esportivo	32h/a
Relações públicas nos esportes	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
ESTRATÉGIAS PARA MÍDIAS E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
<i>Branded Content</i> e Marketing de Experiência	32h/a
Redes sociais e novas oportunidades de negócios	32h/a
Games e esportes eletrônicos	32h/a
Empreendedorismo e inovação nos esportes	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
Módulo: Aplicação do Conhecimento	48 horas-aulas à distância
Total da carga horária do curso	432 horas-aulas



INTRODUÇÃO AO MUNDO DOS ESPORTES

Nome do Componente Curricular: Introdução ao mundo dos esportes

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Conceito de esporte. Características organizacionais do esporte moderno. Esferas esportivas e suas implicações sociais e econômicas. Definição dos diferentes players do mercado esportivo. Detecção das relações entre os principais players do mercado esportivo.

Objetivos: Compreender as relações sócio-econômicas entre os diferentes players da indústria esportiva; detectar oportunidades de inovação no mercado esportivo; promover visão ampla acerca do ambiente esportivo e sua dinâmica organizacional.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE ESPORTES

Nome do Componente Curricular: Comportamento do Consumidor de Esportes

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao comportamento do consumidor de esportes Teorias de consumo aplicadas ao consumidor esportivo. Fatores de influências internas e externas de consumo. Compreensão das influências culturais e a importância das subculturas no comportamento do consumidor de esportes. Comportamento do consumidor de esportes no ambiente-virtual. Pesquisa de mercado esportivo e coleta de dados de consumidores de esporte. Fidelização e experiência do consumidor esportivo. Branding e a gestão estratégica de marcas esportivas. Tendências no comportamento do consumidor de esportes.

Objetivos: Capacitar os alunos a compreenderem o comportamento do consumidor na indústria esportiva, abordando fundamentos psicológicos e sociais que influenciam a tomada de decisões. Explorar teorias de consumo no esporte, analisando motivações, crenças e valores dos consumidores. Examinar o impacto da tecnologia e mídias sociais no comportamento do consumidor esportivo, ensinando a realizar pesquisas de mercado e coletar dados para identificar necessidades e desejos. Discutir estratégias de fidelização e gestão da experiência do cliente para criar conexões emocionais e lealdade. Abordar a



experiência do consumidor em eventos esportivos, destacando elementos-chave para criar experiências positivas e medir a satisfação. Explorar o branding e gestão estratégica de marcas esportivas, com extensões de marca, marketing de conteúdo e casos de sucesso. Discutir tendências emergentes e reflexões sobre o futuro do consumo esportivo, considerando impactos tecnológicos e inovação no comportamento do consumidor.

INDÚSTRIA DO ESPORTE E MARKETING ESPORTIVO

Nome do Componente Curricular: Indústria do Esporte e Marketing Esportivo

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Indústria esportiva e seus diferentes segmentos; conceito e evolução do Marketing esportivo. Composto de Marketing esportivo. Pesquisa de Marketing aplicada ao ambiente esportivo. Mix comunicacional aplicado ao ambiente esportivo, relações entre os diferentes segmentos da indústria esportiva e organizações públicas e privadas.

Objetivo: Caracterizar e correlacionar os diferentes segmentos da indústria esportiva, analisar o composto de Marketing, compreender o papel da mídia e da comunicação no planejamento esportivo, estudar metodologias de pesquisa relacionadas à análise dos diferentes públicos do ambiente esportivo.

SPORTS LAW

Nome do Componente Curricular: Sports Law

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Esporte e regulação: entre leis estatais e regulamentos associativos. Esporte e regulação: mídia, comunicação e marketing nos regulamentos associativos. Direito, esporte e comunicação: desafios atuais. Direito, esporte e comunicação: contratos entre stakeholders. Direito, esporte e marketing: gestão de conflito e prevenção de crise. Direito, esporte e marketing: tópicos especiais. Direito, esporte e mídia: barreiras. Direito, esporte e mídia: oportunidades.

Objetivos: Capacitar os alunos a compreenderem a interseção entre direito, esporte, comunicação e marketing. Ao explorar tópicos como leis esportivas, regulamentos



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Coordenadoria de Cursos de Especialização – Lato Sensu



associativos, contratos entre stakeholders e gestão de conflitos, preparar os alunos para lidarem com desafios legais e éticos no cenário esportivo. Explorar a relação entre direito e mídia esportiva, abordando tanto as barreiras quanto as oportunidades que surgem nesse contexto. Ao final, os alunos estarão aptos a aplicar esse conhecimento para uma abordagem mais informada e responsável no campo do esporte, comunicação e marketing.

JORNALISMO ESPORTIVO

Nome do Componente Curricular: Jornalismo Esportivo

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao Jornalismo Esportivo. Jornalismo Esportivo Audiovisual. Cobertura de Eventos Esportivos e Estratégias de Marketing. Jornalismo Esportivo Investigativo e Patrocínios. Jornalismo Esportivo Multimídia e Novas Oportunidades. Jornalismo Esportivo e Redes Sociais. Tendências em Jornalismo Esportivo e Publicidade.

Objetivos: Capacitar o aluno para atuar profissionalmente no jornalismo esportivo em um cenário de constante relação com as marcas. Apresentar os conceitos fundamentais da área, técnicas de cobertura de eventos ao vivo, produção de notícias esportivas e entrevistas com atletas. Discutir o impacto das mídias sociais no jornalismo e a produção de conteúdo audiovisual esportivo. Abordar o uso estratégico de conteúdo esportivo no marketing e sua relação com as redes sociais. Entender a relação entre jornalismo esportivo e marketing, além das tendências e inovações nesse campo. Relacionar tendências e novas oportunidades no jornalismo esportivo, considerando a publicidade e o mercado multimídia.

ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NO ESPORTE

Nome do Componente Curricular: Assessoria de Imprensa e comunicação Institucional no esporte

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução à Assessoria de Imprensa no Esporte. Planejamento de Comunicação e Relações com a Mídia. Gerenciamento de Crises e Comunicação de



Crise no Esporte. Comunicação Digital no Esporte. Comunicação Interna e Endomarketing no Esporte. Produção de Materiais de Imprensa e Notícias Esportivas. Eventos e Coletivas de Imprensa no Esporte. Tendências e Inovação em Comunicação Esportiva.

Objetivos: Capacitar o aluno a atuar de forma estratégica e eficaz no campo da assessoria de imprensa e comunicação institucional no âmbito esportivo. Compreender a importância dessas áreas na construção de uma imagem e reputação positiva para marcas, entidades esportivas, ONGs, atletas e e-atletas. Apresentar as melhores práticas e técnicas para a condução de ações de comunicação integrada, bem como a forma de criar e gerenciar relacionamentos com jornalistas, comunicadores, influenciadores e veículos de mídia tradicional e digital, e o público em geral. Preparar o aluno para planejar, executar e avaliar estratégias de comunicação assertivas, garantindo ações eficientes para uma presença positiva na mídia e no público para organizações e marcas do segmento esportivo. Análise e desenvolvimento de cultura e comunicação interna para players do setor esportivo

PATROCÍNIO ESPORTIVO

Nome do Componente Curricular: Patrocínio Esportivo

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao Patrocínio Esportivo e à sua legislação e regulamentação. Tipos de Patrocínio Esportivo e Estratégias de Ativação. Gestão de Contratos de Patrocínio e Direitos das Partes Envolvidas. Gestão de Imagem Pessoal para Atletas Profissionais. Marketing de Conteúdo e Personal Branding para Atletas. Patrocínio Esportivo e Responsabilidade Social Corporativa. O Papel do Patrocínio no Desenvolvimento do Esporte Brasileiro. Tendências Futuras em Patrocínio Esportivo.

Objetivos: Capacitar o aluno a compreender os conceitos fundamentais do patrocínio esportivo no Brasil, abordando sua legislação e regulamentação. Apresentar estratégias de ativação de patrocínios e gestão de contratos, além de focar na importância da imagem pessoal para atletas profissionais. Explorar o uso de marketing de conteúdo e personal branding para fortalecer a imagem dos atletas. Discutir ações de



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Cursos de Especialização – Lato Sensu



responsabilidade social corporativa em parceria com patrocínios esportivos e como o patrocínio contribui para o desenvolvimento do esporte no Brasil. Apresentar as tendências futuras em patrocínio esportivo, destacando novas formas de engajamento com o público.

RELAÇÕES PÚBLICAS NOS ESPORTES

Nome do Componente Curricular: Relações públicas nos esportes

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução às Relações Públicas nos Esportes. Gestão de processos de comunicação em empresas de esportes. Planejamento Estratégico de Comunicação em Esportes. Gestão das Relações institucionais. Relações Públicas e Patrocínio no Esporte. Relações Públicas e Engajamento do Público. Tendências e Inovação em Relações Públicas Esportivas.

Objetivos: Capacitar o aluno a compreender e aplicar os conceitos fundamentais de relações públicas no contexto esportivo, apresentando-lhe a relevância dessa disciplina na construção de imagem e reputação de marcas esportivas para mapeamento, criação e desenvolvimento relacionamentos com diferentes stakeholders. Capacitar o aluno a aplicar os conhecimentos adquiridos para desenvolver estratégias eficazes de relações públicas na indústria esportiva, criando conexões sólidas com o público, construindo uma imagem e reputação positiva das marcas esportivas e contribuindo para o sucesso das organizações e eventos esportivos.

BRANDED CONTENT E MARKETING DE EXPERIÊNCIA

Nome do Componente Curricular: Branded Content e Marketing de Experiência

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao Branded Content e Marketing de Experiência nos Esportes. Storytelling e Produção de Conteúdo Esportivo. Estratégias de Branding e Conteúdo Patrocinado. Engajamento do Público e Comunidades de Marca. Marketing de Experiência e Eventos Esportivos. Experiências Pós-evento e Fidelização de Fãs. Tendências Futuras no Marketing de Experiência nos Esportes.



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Cursos de Especialização – Lato Sensu



Objetivos: Capacitar o aluno a criar estratégias inovadoras de branded content e marketing de experiência na indústria esportiva. Apresentar conceitos fundamentais, como a arte do storytelling no contexto esportivo e a integração de conteúdo patrocinado em estratégias de branding. Oferecer estratégias para engajamento do público, construção de comunidades em torno da marca e experiências memoráveis em eventos esportivos. Explorar tendências futuras em marketing de experiência e tecnologia aplicada ao esporte. Preparar o aluno para fortalecer a presença de marcas e promover relacionamentos autênticos com o público-alvo no cenário esportivo.

REDES SOCIAIS E NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS NOS ESPORTES

Nome do Componente Curricular: Redes Sociais e Novas Oportunidades de Negócios nos Esportes

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução às Redes Sociais nos Esportes. Estratégias de Marketing em Redes Sociais para Esportes. Engajamento e Comunidade em Redes Sociais Esportivas. Influenciadores e Parcerias em Redes Sociais Esportivas. Publicidade e Anúncios em Redes Sociais Esportivas. Conteúdo em Vídeo e Live Streaming no Esporte. Novas Tendências em Redes Sociais e Inovação no Esporte. Desafios Éticos e Regulatórios em Redes Sociais Esportivas.

Objetivos: Capacitar o aluno a utilizar estrategicamente as redes sociais na indústria esportiva, compreendendo sua importância e aplicando estratégias de marketing eficazes. Apresentar as principais plataformas e técnicas para engajar o público, explorando parcerias com influenciadores, publicidade e conteúdo em vídeo. Abordar tendências e inovações, bem como os desafios éticos e regulatórios em redes sociais esportivas. Preparar o aluno para aproveitar as oportunidades de negócios que as redes sociais oferecem na indústria do esporte.

GAMES E ESPORTES ELETRÔNICOS

Nome do Componente Curricular: Games e Esportes Eletrônicos

Carga Horária: 32 h/a



Ementa: Introdução ao mundo digital e aos Jogos e Esportes Eletrônicos. Marketing e Comunicação nos E-sports. E-sports e Engajamento com Influenciadores Digitais. Transmissões e Produção de Conteúdo em E-sports. Monetização de E-sports: Modelos de Negócios e Receitas. Tendências em E-sports e Novas Oportunidades de Marketing.

Objetivos: Capacitar o aluno para um melhor entendimento sobre a sociedade no contexto digital e as suas atualizações, oferecendo elementos que possam ser base para que problematize as circunstâncias e desenvolva soluções e produtos criativos na área de E-Sports. Capacitar o aluno para explorar o potencial dos E-sports na indústria esportiva, compreendendo suas dinâmicas, estratégias de negócios, ações de marketing, oportunidades e as tendências emergentes no mundo dos jogos digitais.

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NOS ESPORTES

Nome do Componente Curricular: Empreendedorismo e Inovação nos Esportes

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Conceitos de empreendedorismo e inovação. Relações entre esporte, sociedade, mercado, tecnologia e ecossistemas de inovação. *Design thinking* como metodologia na criação de produtos e serviços inovadores no ramo esportivo. Análise de cenários da indústria esportiva e identificação de oportunidades de negócio. Criação de valor e desenvolvimento de produtos e serviços para o mercado esportivo. Validação de produto minimamente viável (MVP) prévio para o componente Aplicação do Conhecimento.

Objetivos: Capacitar o aluno para atuar de forma empreendedora e inovadora na indústria esportiva, proporcionando-lhe conhecimentos e habilidades essenciais para identificar oportunidades de negócios e desenvolver projetos bem-sucedidos. Apresentar ao aluno a importância da identificação de lacunas e necessidades na indústria esportiva, explorando oportunidades emergentes e nichos de mercado. Oferecer ferramentas para transformar ideias em projetos de negócios inovadores, abordando a elaboração de planos de negócios e a modelagem de empreendimentos escaláveis e viáveis. Preparar o aluno para atuar como empreendedor na indústria esportiva, aplicando estratégias



eficazes e sustentáveis para o desenvolvimento de projetos inovadores, além de estar alinhado com as tendências e perspectivas futuras no cenário esportivo.

TRABALHO DE APLICAÇÃO DE CONHECIMENTO – TAC

Nome do Componente Curricular: Trabalho de Aplicação de Conhecimento – TAC

Carga Horária: 48 h/a

Ementa: Projeto multidisciplinar que pretende proporcionar ao aluno a possibilidade de aplicação prática das diferentes competências adquiridas ao longo do curso, relacionando estrategicamente canais e ferramentas de comunicação integrada, público e mensagens para o desenvolvimento de um Plano de Marketing e Comunicação para a divulgação do projeto desenvolvido na disciplina de Empreendedorismo e Inovação nos Esportes.

Objetivos: Fornecer subsídios e acompanhar o desenvolvimento de um Planejamento de Comunicação Integrada de Marketing (CIM) para o projeto concebido na disciplina Empreendedorismo e Inovação nos Esportes. Dar a oportunidade de aplicação dos saberes desenvolvidos ao longo do curso, procurando, de forma prática e aplicada, conectar as necessidades de negócios inovadores em mercados criativos, às práticas da Comunicação e do Marketing. Além do projeto escrito, será solicitado ao aluno que desenvolva um *pitch (em vídeo)* para apresentação do projeto, conectando-se, assim, ao ecossistema de inovação e empreendedorismo da UPM. O trabalho será composto por 2 entregas preliminares e uma entrega final.