



**FACULDADE UNIÃO DE GOYAZES
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

**ORGANIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS
ESPORTIVOS**

Thaís Cristina Evangelista Lima dos Reis

Orientador: Prof. Esp. Anderson Félix de Araújo

Trindade - GO
2015

**FACULDADE UNIÃO DE GOYAZES
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

**ORGANIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS
ESPORTIVOS**

Thaís Cristina Evangelista Lima dos Reis

Trabalho de conclusão de curso(TCC) apresentado á Banca examinadora durante seminário de apresentação de trabalho de conclusão de curso como requisito para obtenção do grau de Bacharelado em Educação Física na Faculdade União de Goyazes.

Orientador: Prof. Esp. Anderson Félix de Araújo

Trindade - GO
2015

ORGANIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Educação Física, na modalidade bacharelado, elaborado sob a orientação do Professor Especialista Anderson Félix de Araújo e submetido a Banca examinadora designada pela Coordenação do curso no dia 10/12/2015 como parte dos requisitos necessários para obtenção do grau de professor de Educação Física.

Prof.Esp. Anderson Félix de Araújo
Presidente da Banca
Faculdade União de Goyazes

Prof.Esp. Aneci Neves da Silva Delfino
Examinador

Prof. Esp. Hederson Pinheiro
Examinador

Trindade - GO
Dezembro de 2015

ORGANIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS

Thaís Cristina E. Lima dos Reis¹
Anderson Félix de Araújo²

RESUMO

O Objetivo do presente artigo é considerar, destacar e avaliar as principais estratégias de organização e administração em eventos esportivos em educação física de forma exploratória. Nesse sentido, oferecer conhecimento sobre modelos e técnicas de organização e administração em eventos esportivos na educação física, com intuito de ampliar ainda mais o conhecimento dos profissionais da educação física na atuação e participação no: planejamento, marketing, organização, gestão, administração e avaliação de eventos esportivos. Destacando a importância da atuação do profissional de educação física nesse meio de atuação que vem expandindo bastante. Para a realização desta pesquisa bibliográfica foi utilizado livros, artigos, e web sites.

PALAVRAS-CHAVE: Organização esportiva, Administração esportiva e Marketing em eventos esportivos.

ORGANIZATION AND SPORT EVENTS MANAGEMENT.

ABSTRACT

The objective of this article is to consider, highlight and assess the main organizational strategies and management at sporting events in physical education in an exploratory way. Accordingly provide knowledge about models and organizational and management at sporting events in physical education, aiming to further expand the knowledge of physical education professionals in action and participation in the planning, marketing, organization, management, administration and evaluation Sports events. Highlighting the importance of physical education professional performance in this way of acting that has expanded greatly. To carry out this literature was used books, articles, and web sites.

KEY-WORDS: Sports organization, sports marketing and management at sporting events.

¹ Acadêmica do Curso de Educação Física da Faculdade União de Goyazes

² Orientador: Prof.Esp. Anderson Félix de Araújo., Faculdade União de Goyazes

INTRODUÇÃO

A realização de eventos esportivos acontecem a muitos séculos. Nos últimos anos o acontecimento de evento esportivo tem aumentado de forma grandiosa, seja por finalidade social, política ou cultural.

Para VALENTE (2006), “a gestão esportiva sofre com a ausência de profissionalismo, ou seja, a inexistência de posições estratégicas competentes e eficazes de mercado que sejam capazes e acima de tudo, aptos para exercerem a função com competência.” Com isso surge a necessidade dos profissionais de educação física se aperfeiçoar e capacitar-se profissionalmente a fim de atuar na área de organização e administração de eventos esportivos. A necessidade de organizadores e administradores esportivos tem aumentado bastante nos últimos tempos no Brasil. A administração de eventos esportivos tem sido foco de estudos e pesquisas nas últimas décadas. Tudo isso por conta do fluxo contínuo de exigências do mercado de atuação e demandas sociais (BARHUM, 2001).

Os eventos esportivos tem se tornado centro das atenções sociais, verdadeiro espetáculo na sociedade brasileira. Com isso os eventos esportivos tem se tornado fonte de grandes investimentos financeiros, com intuito de gerar lucros nesse ramo de negócio e atuação profissional.

Para planejar e realizar um evento esportivo é necessário a participação dos gestores esportivos, competência essa direcionada aos profissionais da “Educação Física” com formação e capacitação para essa área atuação. O profissional de educação Física que atua nessa área deve possuir um conhecimento amplo sobre a gestão esportiva. Deve possuir habilidades de liderança.

A demanda de organizadores e administradores de eventos esportivos tem crescido bastante nos últimos tempos devido ao crescimento dos eventos esportivos, indústrias esportivas, marketing esportivo e interferência da mídia nesse meio. Levando em conta que as disciplinas de gestão de esportes, organização e administração de eventos esportivos e marketing esportivo têm sido inseridas nos currículos de cursos da Educação Física. Isso serve como estímulo e incentivo para a atuação dos profissionais da Educação Física na gestão esportiva, organização e administração de eventos esportivos a fim de

ampliar ainda mais o mercado de trabalho e área de atuação dos profissionais de educação física. WILPERT (2005), afirma: “o esporte é capaz de criar um ambiente saudável e feliz para se viver em comunidade criando, dessa forma, uma interação social que permite o desenvolvimento do indivíduo advindo do social para o pessoal.”

Diante da necessidade de sedimentar variado conhecimento a respeito dos fundamentos e estratégias de organização e administração de eventos esportivos, este artigo tem como objetivo descrever métodos, planos, estratégias e fundamentos da gestão esportiva na organização e administração de eventos esportivos, com intuito de expandir o conhecimento de profissionais de educação física para aprimorar suas habilidades nessa área de atuação.

O Objetivo do presente artigo é considerar, destacar e avaliar as principais estratégias de organização e administração em eventos esportivos em educação física de forma exploratória. Nesse sentido, oferecer conhecimento sobre modelos e técnicas de organização e administração em eventos esportivos na educação física, com intuito de ampliar ainda mais o conhecimento dos profissionais da educação física na atuação e participação no: planejamento, marketing, organização, gestão, administração e avaliação de eventos esportivos. Destacando a importância da atuação do profissional de educação física nesse meio de atuação que vem expandindo bastante. Para a construção deste artigo foi realizado uma pesquisa bibliográfica em livros, artigos, revistas e sites.

EVENTO

Na atualidade a criação de eventos se tornou uma importante atividade econômica, meio de geração de lucros e benefícios financeiros para seus idealizadores.

De acordo com Poit (2006) ,evento é uma ocorrência com programação e planejamento prévio, com objetivos e metas pré- estabelecidas, que pode variar entre perfil: esportivo, cultural, religioso, filantrópico, social entre tantos outros.

O evento possui objetivo e finalidade distinta ou específica como: promocional, institucional ou comunitário. Que possui como objetivo - alvo atrair a atenção e participação das pessoas.

Para Martin,(2008) :

“Eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma idéia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo.”

Como criar um plano de evento?

Não importa o tamanho do evento, criar um evento não é uma tarefa fácil mais também não é difícil, para criar um evento é preciso ter uma “boa idéia”.

Para criar um evento é necessário ter muita dedicação, criatividade e desempenho. Para criar um evento é importante seguir algumas fases como:

Definir estratégias (metas) - Objetivos específicos e gerais, tema do evento, tempo de duração, quantidade de pessoas, recursos humanos e físicos, custos, divulgação, comercialização entre outros.

Planejar com antecedência - Respeitar as burocracias como: retirar licenças, alvarás, seguros etc.

Existem tarefas indispensáveis no momento de se planejar assim como: fazer contato com fornecedores, reservar o local do evento, preparar materiais e equipamentos, levantar custos, definir a programação do evento, preparar os

matériaís gráficas, realizar a divulgação entre outros.

Escolher o melhor para o evento- É sempre importante escolher o melhor, buscar contratar os melhores profissionais, melhores fornecedores, melhores participantes, melhor local de fácil acesso e ambiente.

Ao findar um evento é sempre importante realizar um “feedback” , pois isso ampliará sua visão enquanto organizador e administrador de um evento, isso pode ser feito através de uma pesquisa durante a realização do evento, visando conhecer pontos positivos e negativos, afim de errar o menos o possível em eventos futuros.

Os Eventos esportivos tem se tornado alvo das políticas públicas referente à saúde, a qualidade de vida, bem estar da sociedade entre outras.

Os eventos esportivos possuem poder influenciador, necessitando da capacitação dos profissionais de educação física para atuar nessa área de organização e administração em eventos esportivos.

Tipologia de eventos

“Os eventos são classificados da seguinte forma por categoria, por área de interesse e por tipo.Os eventos por categorias são os institucionais ou promocionais; por área de interesse são os: esportivos, culturais, sociais, empresariais, educacionais, turísticos etc; por tipo são:congressos, convenções, palestras, feiras conferências, teleconferências, leilões etc.”

(POIT,2006)

Os eventos esportivos são divididos e classificados da seguinte forma: campeonatos, torneios, olimpíadas, taça ou copa, festival, gincanas e desafios.

Avaliação do evento

Para Poit (2006) ,a avaliação de um evento consiste em uma atividade freqüente, a ser realizada antes, durante e após um evento esportivo.

A avaliação de um evento consiste no processo de avaliar, observar, acompanhar, medir de forma crítica tudo que acontece no evento, com a finalidade de realizar as devidas avaliações e comparações de resultados de forma clara e objetiva, visando sempre o aperfeiçoamento de etapas distintas ocorridas no evento.

As avaliações de um evento podem ser realizadas da seguinte forma: Pré - evento, durante o evento e pós- evento.

Avaliação pré - evento: Poderá constar um estudo de viabilidade, previsão da adesão, custos benefícios e fixação de metas.

Avaliação feita durante a execução do evento: Pode constar, números de inscrições, desempenho de colaboradores e feedback em tempo real.

Avaliação pós- evento: Consta-se análise de resultados e dados estatísticos aos quais demonstram forças e fraquezas do evento.

ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO EM EVENTOS ESPORTIVOS.

Para organizar um evento é necessário possuir um forte entendimento do que é administração. A boa administração é a fonte do sucesso, a administração está fortemente ligada ao planejamento, direção, controle, organização e estratégias administrativas.

Para Chiavenato, (2000) :

“Administração é interpretar os objetivos propostos pela organização e transformá- los em ação organizacional por meio de planejamento, organização, direção e controle de todos os esforços realizados em todas as áreas e em todos os níveis de organização, a fim de alcançar tais objetivos da maneira mais adequada à situação.”

A administração está fortemente ligada a quatro aspectos importantes: planejamento, organização, liderança e controle a fim de alcançar os objetivos e metas traçadas.

De acordo com Souci (2002) o administrador esportivo possuir habilidades de conhecimentos e estratégias de planejamento, organização, direção, controle e avaliação, conhece técnicas de comunicação e tomada de decisão.

De acordo com Poit (2006), tendo como referência um evento esportivo as variáveis administrativas são divididas da seguinte forma: tarefas, estruturas, relações pessoais, ambiente e tecnologia.

TAREFAS: Divisão de comissões organizadoras.

ESTRUTURA:Infra- estrutura do evento.

RELAÇÕES PESSOAIS: Trabalho coletivo entre equipes e contato com o público.

AMBIENTE: Local a ser executado o trabalho, espaço físico etc.

TECNOLOGIA: Equipamentos para ser utilizados no decorrer do evento.

De acordo com Chiavenato (2009), “a Administração sempre foi a maneira como as organizações são articuladas e integradas a fim de alcançar objetivos predeterminados.”

Para Chiavenato (2009), “a administração possui quatro princípios fundamentais:”

- Princípio do planejamento: baseado em métodos científicos;
- Princípios do preparo: selecionar e preparar trabalhadores;
- Princípio do controle: controlar a produtividade;
- Princípio da execução: distribuir responsabilidades e tarefas.

FUNÇÕES ADMINISTRATIVAS

Planejamento:

Processo pelo qual deve acompanhar um evento do início ao fim, o planejamento é um processo contínuo do decorrer de um evento. O planejamento consiste na tomada antecipada de decisões. O planejamento possui papel fundamental na organização de um evento, pois diminui as possibilidades de incertezas, imprevistos e improvisos na execução de um evento.

Todo evento esportivo possui um planejamento estratégico como ponto de partida, é uma forma de estabelecer metas, objetivos, definir responsabilidades.

Poit(2006),Afirma:

“Planejamento é uma das atividades intelectuais mais complexas e difíceis que um homem pode se envolver. Não fazê-lo bem não é um pecado, mas contentar –se em fazê-lo pior do que seria possível, é imperdoável.”

O principal objetivo de um planejamento é realizar um plano onde metas são traçadas de maneira eficiente e eficaz, para que todo o trabalho seja realizado com competência e sucesso.

Organização:

É através da função organização que se realiza a divisão do trabalho entre as equipes especializadas, atribui-se responsabilidade e racionaliza – se o trabalho e coordenação entre todas as atividades. Ou seja, a função organização é a responsável por fazer o evento atingir seus principais objetivos. (POIT,2006, pg.38)

Direção - liderança:

Liderar e direcionar consiste no fato de estimular iniciativas, motivar, interagir, inovar com autoridade na execução de tarefas. A liderança é algo primordial para o indivíduo que atua na direção de um evento esportivo.

Controle - avaliação:

Controlar ou avaliar uma situação consiste no fato de procurar erros a fim de solucionar os problemas ou prevenir imprevistos e erros no decorrer do evento.

Eficiência - eficácia:

Eficiência é realizar algo de forma correta, já a eficácia é realizar tudo de forma correta e também fazer algo além do estabelecido para alcançar a perfeição (POIT, 2006).

Portanto, o bom desenvolvimento de um evento depende da eficácia e eficiência da gestão na execução de metas e objetivos que constam no projeto independentemente da duração, podendo ser de curto, médio ou longo prazo (KEELLING ,2005).

MARKETING ESPORTIVO EM EVENTOS

O esporte vem crescendo e sendo valorizado no mundo de forma grandiosa. Cada vez mais as pessoas se inserem na prática esportiva, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida, desenvolver habilidades físicas - mentais e motoras.

O esporte possui ligação direta com o conhecimento dinâmico e expressivo que vem evoluindo na sociedade.

Para Pozzi, (1998): O esporte teve uma grande evolução nos últimos tempos, tanto em termos sociais quanto econômicos, com isso surgiu o “Marketing Esportivo” como um instrumento importantíssimo para fortalecimento de marca, conquista de mercado, fortalecimento da imagem e ferramenta fundamental para a comunicação.

O esporte pode ser visto como uma atividade econômica de interesse da sociedade, governos, mídia e profissionais da área. Um evento esportivo é uma excelente chance dos patrocinadores associarem sua marca ao evento esportivo, pois o evento esportivo serve como escudo para as empresas associarem sua imagem ao evento esportivo, pois o mesmo traz uma imagem de saúde, qualidade de vida, disciplina e bem-estar.

O esporte está ligado à vida saudável, boa forma, entretenimento, lazer, interação e inserção social. O esporte tem se tornado um grande espetáculo pregado pela mídia, com isso o marketing esportivo tem ganhado força. Com isso surge o interesse das grandes empresas patrocinarem os eventos esportivos a fim de potencializar suas marcas. “O marketing esportivo estar ligado a atividades elaboradas por instituições esportivas e empresas, bem como pelos atletas, para alcançar e garantir o sucesso de seu negócio, oferecendo o seu produto esportivo aos consumidores que, de alguma forma, se relacionam com o esporte. Já o marketing no esporte é definido por alguns autores como uma estratégia que utiliza o esporte como elemento de divulgação de produtos que não tem ligação direta com atividades esportivas, como promoções comerciais e publicidade estática nos estádios relacionadas, a cosméticos, gêneros alimentícios, automóveis e etc.”(PITTS E STOTLAR ,2002)

Patrocínio Esportivo

O principal objetivo do marketing esportivo é potencializar a marca é o meio de associação do nome da empresa ao evento esportivo atletas ou equipes. É utilizado para aumentar as vendas, comunicação visual com seus clientes (MELO NETO, 2000).

De acordo com Pitts e Stotlar, (2002):

“O patrocínio é um dos instrumentos do elemento promoção do mix de marketing, sendo um dos processos de promoção de vendas e de propaganda. Na indústria do esporte as promoções de vendas são extensivamente aproveitadas, em especial para eventos esportivos, há algumas décadas o patrocínio direcionou-se especialmente para equipes e eventos esportivos.”

Indústria do esporte

Segundo Melo Neto (2003) “Indústrias do esporte são atividades de criação, produção, comercialização de produtos e equipamentos esportivos, de grande potencial de venda e faturamento”.

Promover um evento esportivo é ter uma oportunidade de alavancar e dar forças aos negócios, com a ferramenta de marketing esportivo utilizado na qualidade e melhoria de imagem e aumento de vendas (MELO NETO, 2003).

Para a sociedade o esporte tem muita importância, possui poder influenciador é fenômeno para a sociedade com influência política, econômica e cultural (ALMEIDA, 2000).

O esporte no mundo contemporâneo é considerado como uma ferramenta que influencia para o desenvolvimento humano e social e no aumento da qualidade de vida da sociedade. Os esportes são definidos como modalidades de jogos competitivos com a presença de habilidades e qualidades físicas, bem como, o vôlei, o basquete e o futebol, natação entre outros (VAZ, 2003).

Para a economia, o esporte possibilitou o crescimento e expansão das indústrias esportivas que possuem um desenvolvimento extraordinário, com

taxa de crescimento por ano maior que as outras empresas, e que possibilitam seu desenvolvimento. A indústria do esporte está por todas as partes, envolvendo várias pessoas que praticam esportes. Portanto o mercado esportivo é muito amplo e variado, contendo vários produtos, grupos de negócios que são responsáveis pela organização, auxílio, para produzir ou promover os esportes, fitness, recreação ou lazer e seus serviços, possuindo as empresas e as pessoas do mundo inteiro como consumidores (PITTS e STOTLAR, 2002).

O esporte em parceria com a educação é uma junção utilizada como ferramenta com a finalidade de promover o desenvolvimento integral da sociedade e formador o caráter e proporcionar aos menores carentes uma vida melhor (VAZ, 2003).

“Na indústria do esporte é o negócio como, os produtos oferecidos a clientela relacionam-se a esporte, bens, serviços, fitness, recreação ou lazer e podem conter atividades, pessoas lugares ou idéias. A indústria do esporte é bem amplo, muito abrangente, diversificada e seus produtos atendem a muitos e diversos consumidores.” (PITTS E STOLAR,2002)

PRINCIPAIS ASPECTOS PARA O SUCESSO DE UM EVENTO ESPORTIVO.

Para Poit (2006) existem aspectos fundamentais para o sucesso de um evento esportivo, são eles:

- Os recursos financeiros;
- Foco nos objetivos específico;
- A essência do evento;
- Recursos humanos;
- Infra-estrutura, materiais, equipamentos e instalação;
- Datas para a realização do evento;
- Número de inscritos e segmentação;
- Motivação e divulgação;
- locais disponíveis;
- programação paralela;
- Avaliação constante.

FATORES QUE PODEM AFETAR A ORGANIZAÇÃO DE UM EVENTO

Segundo Poit (2006) os fatores que afetam um evento são: infraestrutura irregular, falta de materiais, falta de preparação das comissões organizadoras, clima inadequado, desinteresse do público, regulamentos mau feitos, falhas no trabalho em equipe entre outros.

METODOLOGIA

Para a construção deste artigo foi realizada uma revisão literária em livros, artigos, revistas e sites. A exploração e análise destes materiais possibilitou a construção de todo referencial teórico deste trabalho, conduzindo a uma melhor interpretação e compreensão do tema proposto neste estudo.

De acordo com Cervo, Bervian e da Silva (2007, p.61), a pesquisa bibliográfica “constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema.”.

Para Cruz e Ribeiro (2004) o estudo bibliográfico se baseia em literaturas estruturadas, obtidas de livros, e artigos científicos provenientes de bibliotecas convencionais e virtuais.

A ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA EM ORGANIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS.

Esta pesquisa teve como foco principal demonstrar as principais estratégias de organização e administração em eventos esportivos em educação física de forma exploratória. Nesse sentido, oferecer conhecimento sobre modelos e técnicas de organização e administração em eventos esportivos na educação física, com intuito de ampliar ainda mais o conhecimento dos profissionais da educação física na atuação e participação no: planejamento, marketing, organização, gestão, administração e avaliação

de eventos esportivos. Destacando a importância da atuação do profissional de educação física nesse meio de atuação que vem expandindo muito.

Este artigo traz como conteúdo competências, habilidades, métodos, experiências, conhecimento entre outros aspectos que um profissional de educação física deve dominar no momento de organizar e administrar um evento esportivo com sucesso e qualidade. Este artigo também se apresenta como forma de despertar os profissionais da educação física a se prepararem e aperfeiçoarem na atuação em gestão esportiva, a fim de ganhar e dominar seu espaço no mercado de trabalho.

Os eventos esportivos possuem poder influenciador e mobilizador na sociedade, tem atraído cada vez mais a atenção da sociedade, se tornando um verdadeiro espetáculo para seus espectadores. Com isso tem se tornado fonte de lucros, evento de sucesso financeiro, possuindo poder lucrativo e grandioso diante dos seus idealizadores.

As grandes empresas tem se tornado parceiras na realização dos eventos esportivos através de patrocínios, a fim de parrear suas marcas com a ótima imagem que o esporte traz.

As faculdades de educação física têm investido na inclusão das disciplinas voltadas a administração e organização esportiva nas grades curriculares do curso, a fim de preparar os profissionais da educação física para atuarem nessa área de grande prestígio e privilégio, ou seja, uma nova área de atuação para a Educação Física. Com isso a profissão da educação física tem evoluído bastante, pois a profissão a cada dia recebe mais espaço, reconhecimento, importância e valor.

Cabe aos profissionais da área de Educação Física aproveitar a oportunidade de crescimento profissional e se prepararem de forma diferente e dedicada para atuar na gestão esportiva. E viverem de forma especial o momento de “glória” da Educação Física

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao findar essa pesquisa conclui-se que os eventos esportivos necessitam ser bem planejado, organizado e administrado. Um evento deve ser planejado de forma organizada e estruturada, visando sempre seus objetivos para alcançar sua eficiência e eficácia de forma sistematizada, para obter o sucesso na organização e administração do evento esportivo.

Para a realização de um evento esportivo são necessários recursos primordiais desde o mais simples até os mais complexos.

Com essa pesquisa foi possível aprimorar, ampliar e oferecer aos profissionais de “Educação Física” conhecimento, novas estratégias e habilidades referentes ao planejamento estratégico, organização e administração de eventos esportivos. Acredita-se que esta pesquisa é importante aos profissionais e acadêmicos da educação física que se interessem e tenham a necessidade e interesse em atuar na área de organização e administração de eventos esportivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFIF, Antonio. **A Bola de Vez: o marketing esportivo como estratégia de sucesso**. São Paulo: Infinito, 2000.

BOOKS. 1993. **Administração nos novos tempos**. Rio de Janeiro: Campus. 2000.

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

CAPINUSSU, J. M. **Teoria organizacional da educação física**. São Paulo: Ibrasa. 1979.

CAPINUSSÚ, J. M. **Moderna organização da educação física e desportos**. São Paulo, SP: Ibrasa, 1992.

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**. S.l.: Makron, 1993.

CONTURSI, E. B. **Marketing esportivo**. Rio de Janeiro: Sprint. 1999.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

KOTLER. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 2001.

MAXIMIANO, A. C. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas. 1994.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 4. ed., atual. São Paulo: Manole, 2007.

MELO NETO, F. P. de. **Administração e marketing em clubes esportivos.** Rio de Janeiro: Sprint.1998.

MELO NETO, F. P. de. **Marketing Esportivo.** Rio de Janeiro, RJ: Record, 2003.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de patrocínio.** Rio de Janeiro: Sprint, 2000.

PITTS, Brenda G.; STOTLAR, David K. **Fundamentos de Marketing Esportivo.** Trad. Ieda Moriya. São Paulo: Phorte, 2002.

POIT, D. R. **Organização de eventos esportivos.**2 ed. Londrina: Poit. 2000.

POIT, Davi Rodrigues. **Organização de eventos esportivos,** São Paulo: Phorte editora, 2006.

REZENDE, José R. **Organização e administração no esporte.** Rio de Janeiro: Sprint. 2000.

SONOO, C. N. **Administração da educação física: a busca de um referencial teórico.** (Dissertação de Mestrado). Santa Maria. UFSM. 1990.

STOTLAR, David; DUALIB, Carla. **Como desenvolver planos de marketing esportivo de sucesso,** São Paulo: Ed Idéia e Ação, 2005.

WILPERT, R.A. **O futebol como agente de inclusão e interação social.** 2005. 131f. Dissertação (Pós Graduação em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.