

## **Plano de trabalho – 2025 - 2026**

### **Grupo de Trabalho Temático – Marketing do Esporte**

A área do marketing do esporte é cada vez mais importante para o cenário brasileiro e mundial. De maneira geral, ao trabalhar uma série de atividades e processos que envolvem a troca de ofertas que geram valor para diferentes stakeholders na indústria do esporte, essa área é umas das mais investigadas no mundo e tem um impacto direto sobre a gestão das diferentes marcas no ecossistema esportivo.

Para melhor compreender e discutir sobre a temática, o funcionamento do Grupo de Trabalho Temático (GTT) – Marketing do Esporte segue os objetivos e normas estabelecidos pela Diretoria da Associação Brasileira de Gestão do Esporte (Abragesp), em seu Regimento dos GTTs. Baseado nesse documento, o GTT – Marketing do Esporte, respeitados os limites da sua área de atuação, tem como atribuições:

- a) Aglutinar pesquisadores com interesses comuns de estudos e pesquisas;
- b) Fomentar e organizar a reflexão, a produção e a difusão de conhecimento;
- c) Trabalhar em consonância com os princípios e pressupostos que orientam a política científica da Abragesp;
- d) Estabelecer intercâmbio científico com outros GTTs;
- e) Estabelecer intercâmbio científico com outras entidades científicas que se ocupam de temas congêneres;
- f) Organizar, obrigatoriamente, no mínimo um encontro do GTT por ano, com atividades específicas, a ser realizado no CBGE.

A partir dessas atribuições, o GTT tem como público-alvo pesquisadores, estudantes de graduação e pós-graduação, profissionais ligados às entidades de administração e prática esportiva, nacionais ou internacionais, com atuação na área de discussão.

A fim de estruturar as atividades propostas, o GTT seguirá duas áreas de atuação: 1) científica; e 2) mercadológica. A área científica se debruçará sobre o desenvolvimento de ações capazes de maximizar as oportunidades para o avanço na

compreensão da produção de conhecimento em marketing do esporte, levando em conta seus aspectos teóricos e técnicos. No que se refere à área mercadológica, os integrantes do GTT buscarão se aproximar do setor produtivo, a fim de aliar o conhecimento científico com as necessidades formativas do mercado esportivo na área do marketing. Em ambas as áreas, o GTT buscará estabelecer o networking com pessoas de interesses em comum, de atuação nacional e internacional, bem como com os outros GTTs em funcionamento na Abragesp, a fim de manter uma dinâmica de trocas de experiências e ações em conjunto.

### **Atividades**

Sobre as reuniões, o GTT se reunirá uma vez por mês, de maneira online, em datas estabelecidas a partir da disponibilidade do coordenador e dos membros do Comitê Científico, onde serão debatidas as ações, conforme as áreas de atuação, e os encaminhamentos das atividades. Qualquer pessoa está permitida a participar das reuniões.

Além disso, o GTT divulgará suas atividades, a partir das mídias sociais da Abragesp, a fim de convidar pessoas a participarem e desenvolver atividades junto a parceiros.

### **Estratégias**

#### 1 – Área científica

<b>Indicador</b>	<b>Frequência</b>	<b>Meta</b>
Realização de workshop de pesquisa científica	Anual	2 edições
Realização de número especial sobre marketing no esporte (temática a definir) na Revista de Gestão e Negócios do Esporte	Bianual	1 edição
Ação do GTT no Congresso Brasileiro de Gestão do Esporte	Anual	2 edições
Planejar e organizar pesquisa a nível nacional sobre marketing no esporte (temática a definir)	Bianual	1 edição

#### 2 – Área mercadológica

<b>Indicador</b>	<b>Frequência</b>	<b>Meta</b>
Realização de workshop sobre patrocínio esportivo	Anual	2 edições
Realizar parceria com os Conselhos Regionais de Educação Física para eventos da Abragesp	Semestral	4 eventos
Realizar pesquisa de mercado para empresas privadas	Anual	2 pesquisas