



SEFIC2018
UNILASALLE

CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA A
REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

22 A 27
DE OUTUBRO

MARKETING ESPORTIVO:

UM ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA IMAGEM DA MARCA VÔLEI CANOAS

Leonardo Salamon
Orientador: Prof. Cristiane Duarte

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo:

Este estudo tem por objetivo geral averiguar a percepção da imagem da marca Vôlei Canoas junto aos acadêmicos da Universidade LaSalle com o propósito de listar as principais impressões sobre o que a marca Vôlei Canoas representa junto ao público pesquisado. O marketing esportivo pode ser compreendido como uma ferramenta de comunicação e/ou de relacionamento para alcançar seus consumidores, ou seja, atingir seu público de interesse. Pode-se afirmar que todo o negócio possui uma marca e no esporte a marca é utilizada com muita força. Em um primeiro momento, esta serve para diferenciar as empresas dentro do segmento de atuação, mas com o fortalecimento desta marca, a mesma passa a ser um sinalizador de qualidade para outras empresas e para o seu próprio negócio, destacando-a da concorrência. No atual cenário de mercado cada vez mais competitivo, as empresas despendem muita energia e investimento na marca para valorizar o seu negócio. Logo, a marca e o negócio estão intimamente conectados, sendo que, quanto mais percepção de valor tiver a marca, mais valor terá o negócio da empresa. Há como desafio no marketing esportivo a necessidade de verificar no esporte profissional uma forma para promover e alavancar negócios de forma significativa e diferencial na performance da empresa. As competições esportivas tornaram-se acontecimentos de oportunidade empresarial. Percebe-se que as empresas valorizam cada vez mais os atrativos do esporte profissional e da marca, assim como, usar os exemplos de comportamento na vida dados pelos atletas para servir de exemplo e motivar as crianças, os jovens, os colaboradores e consumidores de uma forma geral. Para alcançar o objetivos do estudo, foram elaborados os seguintes objetivos específicos a) verificar se o público pesquisado conhece a Marca Vôlei Canoas; b) averiguar se o valor da marca Vôlei Canoas é considerado bom na opinião do público pesquisado; e c) listar as principais impressões sobre o que a marca Vôlei Canoas representa junto ao público pesquisado. A realização deste estudo se justifica por se tratar da aplicação dos conteúdos acadêmicos do curso de Processos Gerenciais no contexto do estudo. O método da pesquisa terá abordagem quantitativa descritiva e aplicada. Serão aplicados questionários fechados com acadêmicos da Universidade La Salle que estudam em cursos da área de gestão e negócio. Os dados serão tratados por meio de estatística descritiva. Os resultados futuros poderão contribuir numa melhor gestão da marca Volei Canoas.

Palavras-Chave: Vôlei Canoas, Percepção, Marketing esportivo.