

**JUIZ DE ARBITRAGEM****JOSÉ ESTEVÃO COCCO**

Presidente da ACADEMIA BRASILEIRA DE MARKETING ESPORTIVO, Diretor da ACADEMIA BRASILEIRA DE EVENTOS E TURISMO, Membro fundador da ACADEMIA BRASILEIRA DE MARKETING.

Fundador associado ao Instituto Trevisan no pioneiro Curso Gestão de Esporte.

Formado em Propaganda e Marketing pela Escola Paulista de Propaganda - ESPM

Formado em Propaganda e Marketing pela Escola Paulista de Propaganda (atual ESPM) iniciou sua carreira publicitária em 1958 na agência J.W. Thompson. Trabalhou nas maiores agências de propaganda e marketing do país e em grandes empresas anunciantes. Detentor de inúmeros prêmios nacionais e internacionais tem, ainda, grandes cases de sucesso no vôlei, ciclismo, basquete, kart, hóquei sobre patins, automobilismo, futebol, tênis, campeonatos colegiais e infinidade de promoções e eventos. Foi diretor de marketing da Confederação Brasileira de Volleyball, responsável pelo marketing do grande “boom” do voleibol no Brasil, criando e dirigindo os maiores eventos do esporte, inclusive o inesquecível jogo Brasil x União Soviética, numa quadra montada no Estádio do Maracanã, com recorde de mais de 90.000 pessoas em esportes que não futebol. Atuou também como diretor de marketing da Confederação Brasileira de Basketball, da Confederação Brasileira de Ciclismo e da Federação Paulista de Ciclismo. Foi Diretor de Marketing e Propaganda das Bicicletas Caloi S.A. / Novociclo de Propaganda, onde criou e realizou grandes eventos esportivos de ciclismo como o Passeio Ciclístico da Primavera, além de competições, profissionais e populares, envolvendo milhares de municípios. O seu portfolio inclui também inúmeros cases de sucesso nas áreas de propaganda, promoção, merchandising, entre os quais se destacam a campanha “Não esqueça da minha Caloi”. Para colaborar para a profissionalização do Marketing e Patrocínio Esportivos, criou e mantém o Rank Sport Marketing, que fornece dados e informações sobre 55 modalidades esportivas sob 20 critérios do marketing dando melhores condições de decisão aos patrocinadores com bases sólidas sobre a adequação da modalidade esportiva dentro dos objetivos mercadológicos e de brand. Co-autor do livro 'Marketing Esportivo ao Vivo' editado pela Universidade Cândido Mendes, e centenas de artigos publicados.

**LOCALIDADE**

São Paulo/SP

**IDIOMAS**

Português