

# Programa: Problemas de comunicación en las organizaciones deportivas



## PROGRAMA

---

- ☰ **Objetivos**
- ☰ **Competencias**
- ☰ **Bibliografía**
- ☰ **Criterios de participación y aprobación**

## MÓDULOS

---

- ☰ **Módulo 1. Descripción del rol de la comunicación en las organizaciones deportivas**
- ☰ **Módulo 2. Historia de los medios en las comunicaciones deportivas y colaboración con los periodistas**
- ☰ **Módulo 3. Elaboración de mensajes para medios tradicionales y digitales**



# Objetivos

---

Al establecer objetivos, nos formamos una idea clara de lo que queremos conseguir una vez que el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso haya concluido. Sin embargo, nuestras metas son aún más específicas: también deseamos definir lo que necesitarás concretar a fin de que estos nuevos conocimientos contribuyan a que alcances tus metas educativas.

Para alcanzar estos objetivos, deberás completar todo el proceso descrito en las distintas etapas del curso.

Por lo tanto, si trabajas de la forma que sugerimos, estarás bien posicionado para cumplir los siguientes objetivos:

## Objetivo general

---

El curso " Problemas de comunicación en las organizaciones deportivas" brinda a los gerentes una introducción a las inquietudes de comunicación estratégica más importantes a las que se enfrentarán. El objetivo general del curso es que los gerentes comprendan los aspectos básicos del entorno de comunicación exclusivo del sector deportivo y ayudarlos a que desarrollen las habilidades para establecer planes de comunicación de manera que puedan alcanzar los objetivos de la organización, especialmente cuando la organización no cuenta con un staff de comunicación dedicado.

## Objetivos específicos



- 1 Describir los desafíos principales a los que se enfrentan las organizaciones deportivas
- 2 Definir los medios de comunicación más importantes y los métodos para comunicarse con ellos
- 3 Elaborar mensajes exitosos para medios tradicionales y digitales
- 4 Crear una estrategia de comunicación externa exitosa

**CONTINUAR**

# Competencias

---

Las siguientes son las habilidades que esperamos que desarrolles a lo largo de este curso:

## Competencias generales

- 1** **Trabajo en grupo y en equipo:** la capacidad para trabajar con colegas con el fin de alcanzar los objetivos comunes y lograr la sinergia típica de un equipo de alto rendimiento.
- 2** **Capacidad de análisis y reflexión:** la capacidad para examinar de manera metódica los distintos aspectos que componen una realidad o situación determinada y realizar una evaluación de esta.
- 3** **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** la capacidad de hallar soluciones alternativas a problemas existentes, sobre la base del conocimiento formal.

## Competencias específicas

- Describir los desafíos principales a los que se enfrentan las organizaciones deportivas.
  - Definir los medios de comunicación más importantes y los métodos para comunicarse con ellos.
  - Elaborar mensajes exitosos para medios tradicionales y digitales.
  - Crear una estrategia de comunicación externa exitosa.
-

CONTINUAR

# Bibliografía

---

**Andrews, D. and Andrews, W.** (2004). Management Communication: A Guide. New York, NY: Houghton Mifflin.

**Baer, J. and Naslund, A.** (2011). The NOW Revolution: 7 Shifts to Make your Business Faster, Smarter and More Social. Hoboken, NJ: Wiley and Sons

**Newman, T., Peck, J. F., Harris, C. and Wilhide, B.** (2013). Social Media in Sport Marketing. Scottsdale, AZ: Holcomb Hathaway Publishers.

**Pedersen, P., Miloch, K. and Laucella, P.** (2007). Strategic Sport Communication. Champaign, IL: Human Kinetics.

CONTINUAR

# Criterios de participación y aprobación

---

## Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Resuelva las autoevaluaciones asignadas en cada módulo.
- Realice las actividades propuestas, sean grupales o individuales.
- Realice el examen final.

## Criterios de aprobación

Para la aprobación del curso se requiere que el alumno realice las (4) actividades propuestas en el curso y apruebe el examen final.

El alumno deberá obtener un puntaje final del 70% o más. Esta nota resultará del promedio entre las actividades y el examen final.

**CONTINUAR**

# Módulo 1. Descripción del rol de la comunicación en las organizaciones deportivas

---

## Unidad 1.1 El rol de la comunicación en las organizaciones deportivas

1.1.1 La administración es comunicación

1.1.2 Entender a la audiencia

1.1.3 Entender el objetivo

1.1.4 Entender las restricciones

## Unidad 1.2 Desafíos exclusivos de las organizaciones deportivas

1.2.1 Aplicación de los tres componentes de la comunicación a los deportes

1.2.2 Dirigirse a tres audiencias: atletas, empleados y clientes

1.2.3 Expresión de dos objetivos: ganar y crear nuevas fuentes de ingresos

#### 1.2.4 Existencia de dos restricciones: Tecnología y globalización

CONTINUAR

# Módulo 2. Historia de los medios en las comunicaciones deportivas y colaboración con los periodistas

---

## Unidad 2.1 Diferencias entre los medios de comunicación

2.1.1 Comprender la historia de los medios y el deporte

2.1.2 Reconocer el poder de los periódicos y las revistas

2.1.3 Explicar el poder de la televisión

2.1.4 Describir el dominio emergente de Internet

## Unidad 2.2 Forjar relaciones con los medios

2.2.1 Lectura y distribución del trabajo de los periodistas

2.2.2 Interacción cara a cara y en línea

2.2.3 Compartir y retener información

2.2.4 Brindar valor a los periodistas

CONTINUAR

# Módulo 3. Elaboración de mensajes para medios tradicionales y digitales

---

## Unidad 3.1 Comprender los diferentes tipos de canales y medios de comunicación

3.1.1 Definición de los distintos tipos de medios de comunicación

3.1.2 Descripción de los distintos canales de un medio

3.1.3 Explicación del mejor uso de los distintos medios de comunicación

3.1.4 Usar la comunicación visual

## Unidad 3.2 Usos eficaces de los medios sociales en las organizaciones deportivas

3.2.1 Comparación de los medios sociales y los medios tradicionales

3.2.2 Descripción de la función de los distintos canales de los medios sociales

3.2.3 Elaboración de campañas eficaces en los medios sociales

### 3.2.4 Manejo de crisis de medios sociales

CONTINUAR

# Módulo 4. Creación de una estrategia de comunicación para maximizar el impacto

---

## Unidad 4.1 La importancia de una estrategia de comunicación por escrito

4.1.1 Definición de la estrategia de comunicación

4.1.2 Analizar por qué es importante contar con una estrategia de comunicación

4.1.3 Explicación de las partes de una estrategia de comunicación

4.1.4 Descripción del proceso de escritura de una estrategia de comunicación

[CONTINUAR](#)