

Programa. Marketing deportivo

≡ Objetivos

≡ Competencias

≡ Criterios de participación y aprobación

TEMARIO

≡ Módulo 1. El deporte como industria

≡ Módulo 2. Marketing

≡ Módulo 3. Marketing digital

≡ Módulo 4. Marketing relacional

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

Proporcionar a los participantes conocimientos y herramientas de gestión financiera y de gestión de proyectos que permitan la implementación de un plan de *marketing* completo. Así mismo,

capacitarlos para aplicar estas herramientas y conocimientos en el ámbito de organizaciones, instituciones, eventos deportivos, marca, equipo o atleta, con un enfoque práctico y en un entorno global.

Objetivos específicos

- Que el estudiante comprenda el ecosistema del *marketing* deportivo y logre desarrollar campañas de *marketing* en medios tradicionales, así como aplicar técnicas de *marketing* digital a sus proyectos. En definitiva, que el estudiante pueda desarrollar un plan de *marketing* relacional deportivo.
- Conocer la disciplina o metodología utilizada para la gestión de proyectos y sus conceptos principales. Identificar los principales recursos, herramientas y metodologías existentes para gestionar exitosamente un proyecto deportivo, tanto las tradicionales como las llamadas “ágiles”.
- Identificar las características, competencias y conocimientos de un gerente de proyecto, tanto a nivel general como en el deporte, para incorporar esas habilidades y aprender a liderar un proyecto deportivo eficientemente.
- Lograr que los participantes adquieran los conceptos fundamentales en gestión financiera, así como las habilidades para aplicar

herramientas financieras en el ámbito de las organizaciones deportivas.

- Introducir a los participantes en las técnicas de análisis de factibilidad de proyectos de inversión a largo plazo en organizaciones deportivas, considerando diferentes escenarios en función del contexto general y del sector.
- Proporcionar a los participantes un marco de referencia sobre el impacto de la transformación digital en la gestión de las organizaciones y sobre cómo este proceso puede convertirse en una herramienta de inclusión en organizaciones deportivas.

CONTINUAR

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- **Capacidad de análisis y reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

Manejo de las herramientas de *marketing* deportivo para dar solución a necesidades de instituciones, marcas, clubes o atletas, vinculados a su posicionamiento.

Capacidad de gestionar estratégicamente proyectos de organizaciones deportivas.

Habilidades para la aplicación de herramientas de gestión, análisis y planificación financiera en el marco de organizaciones y eventos vinculados a la actividad deportiva

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.
- Realice las actividades propuestas.
- Realice la evaluación final.

Criterios de aprobación

Se recomienda que el alumno realice las cuatro (4) actividades propuestas y luego resuelva el examen final.

Para aprobar el cursado, el alumno deberá obtener un puntaje de al menos 60% en el examen.

CONTINUAR

Módulo 1. El deporte como industria

CONTINUAR

Módulo 2. Marketing

CONTINUAR

Módulo 3. Marketing digital

CONTINUAR

Módulo 4. Marketing relacional
