

Programa de Seguridad en eventos deportivos



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

TEMARIO

- ≡ **Módulo 1. Introducción a la seguridad de eventos deportivos**
- ≡ **Módulo 2. Leyes antiviolenencia y la empresa fútbol**
- ≡ **Módulo 3. Planificación estratégica y empresas deportivas**
- ≡ **Módulo 4. El cliente del fútbol**

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

Enmarcar a la seguridad deportiva dentro de la planeación estratégica del marketing.

Objetivos específicos

- Conocer los factores que influyen en la violencia en espacios deportivos.
- Comprender la importancia de la seguridad en la planeación estratégica.

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

Capacidad de diagnosticar a la empresa fútbol, en lo que a seguridad refiere, y dar oportunidad de mejora a procesos del área.

CONTINUAR

Bibliografía

Aguilar Ramírez, C. (2009). *Psicólogos y sociólogos analizan lo que es un barrabrava*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5805238>

OMS. (s.f.). Concepto de Violencia. Recuperado de <https://www.who.int/topics/violence/es/#:~:text=Temas%20de%20salud-,Violencia,de%20desarrollo%20o%20la%20muerte.>

Rinke, S., Ruiz, C., & Hofmann, N. (2007). ¿La última pasión verdadera? Historia del fútbol en América Latina en el contexto global. En *Revista Iberoamericana* 7(27) pp. 85-100. Recuperado de https://www.iai.spk-berlin.de/fileadmin/dokumentenbibliothek/Iberoamericana/2007/Nr_27/27_Rinke.pdf

Scheinsohn, Daniel (1996). *Comunicación Estratégica, management y fundamentos de la imagen corporativa*. (5.ta.ed.). Buenos aires, Argentina: Ediciones Macchi.

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. Introducción a la seguridad de eventos deportivos

Unidad 1.1 La violencia: un subproducto del fútbol o de la sociedad

1.1.1 Fútbol como herramienta social

1.1.2 Conceptualización de la violencia en los estadios de fútbol

1.1.3 Arraigamiento de la violencia en los estadios de fútbol

1.1.4 El caso de América Latina

Unidad 1.2 La cultura del fútbol

1.2.1 Introducción

1.2.2 El barrismo como estilo de vida

CONTINUAR

Módulo 2. Leyes antiviolenencia y la empresa fútbol

Unidad 2.1 Leyes antiviolenencia

2.1.1 El poder de las leyes antiviolenencia en los estadios de fútbol

2.1.2 El enfoque de las normas jurídicas antiviolenencia en estadios de fútbol

2.1.3 Complejidad de las leyes

2.1.4 Principio de autoridad

Unidad 2.2 Empresa fútbol

2.2.1 Introducción

2.2.2 Empresa fútbol

2.2.3 Conceptos básicos de la administración

2.2.4 La seguridad desde un punto de vista empresarial

2.2.5 La seguridad, una inversión empresarial

2.2.6 La importancia de la seguridad en el fútbol

CONTINUAR

Módulo 3. Planificación estratégica y empresas deportivas

Unidad 3.1 Bases de la Planeación Estratégica

3.1.1 Introducción

Unidad 3.2 Planificación estratégica de empresas aplicada a eventos deportivos

3.2.1 Introducción

[CONTINUAR](#)

Módulo 4. El cliente del fútbol

Unidad 4.1 El cliente del fútbol (primera parte)

4.1.1 Introducción

4.1.2 El cliente

Unidad 4.2 El cliente del fútbol (segunda parte)

4.2.1 Características del cliente del fútbol

4.2.2 Conductas de consumo

CONTINUAR