

Programa. Diplomado en Marketing y Patrocinio Deportivo



PROGRAMA DEL CURSO

- Justificación de la propuesta
- Objetivos
- Competencias
- Perfil del graduado
- Apunta a
- Criterios de participación y aprobación

TEMARIO

- Curso 1: Pilares del marketing deportivo



Curso 2: Patrocinio deportivo



Curso 3: Activación del patrocinio deportivo



Curso 4: Gestión de productos y servicios deportivos



Curso 5: Lo que aman los aficionados y lo que las marcas patrocinan



Curso 6: El patrocinio como herramienta de marketing



Curso 7: Los diferentes casos de uso de patrocinio



Curso 8: ¿Qué es un patrocinio exitoso?

Justificación de la propuesta

En la actualidad, el desarrollo de la marca para cualquier actividad deportiva se ha transformado en uno de los pilares centrales para el éxito, tanto en el plano deportivo como en el negocio. El *marketing* como disciplina permite abordar al deporte con una mirada profesional bajo una perspectiva comercial para detectar y aprovechar todas las oportunidades que se presentan en el mercado.

El patrocinio se ha convertido en una de las herramientas más comunes para conectar a las marcas con sus consumidores y clientes. De esta forma, logran acelerar el crecimiento del negocio. Cuando se implementa de manera correcta, se puede convertir en una de las estrategias más poderosas para impulsar el crecimiento en cualquier tipo de empresa.

Este programa incluye las áreas fundamentales del *marketing* y patrocinio deportivo de manera clara, con el fin de que los participantes puedan maximizar el valor de las acciones que desarrollen. Profesionales que trabajan con patrocinadores, titulares de derechos y

agencias aprenderán lo que necesitan para comprar mejor, ser más efectivos en las ventas y manejar programas de patrocinio con eficiencia.

CONTINUAR

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

Desarrollar una comprensión amplia acerca del uso de los patrocinios como herramienta para impulsar el crecimiento empresarial.

CONTINUAR

Competencias

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

Competencias genéricas

1

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.

2

Capacidad de análisis/reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.

3

Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Incorporar al *marketing* como disciplina en la gestión de actividades deportivas.
- Analizar, crear y gestionar productos y servicios en el deporte.

- Identificar y captar marcas que inviertan en el mercado deportivo.
- Aprovechar oportunidades de generación de acciones con los patrocinadores en el deporte
- Entender de qué manera los aficionados consumen el deporte y a los patrocinadores.
- Incrementar el conocimiento de las aplicaciones de patrocinio en marketing.
- Diferenciar aplicaciones de patrocinio más allá del marketing.
- Desarrollar habilidades para aprender de qué manera evaluar patrocinadores.

CONTINUAR

Perfil del graduado

El egresado contará con competencias para analizar, planificar y ejecutar acciones de *marketing* y patrocinio deportivo, aplicando estrategias de activación, gestión de productos y servicios, y evaluación de resultados. Será capaz de integrarse en equipos de trabajo de clubes, ligas, agencias, patrocinadores o empresas vinculadas al entretenimiento, desempeñándose como gestor, consultor o coordinador de proyectos de *marketing* deportivo.

CONTINUAR

Apunta a

El programa está dirigido a profesionales de diversas áreas interesados en trabajar con patrocinios en el deporte y el entretenimiento.

[CONTINUAR](#)

Criterios de participación y aprobación

Criterios de participación

Durante el 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 de cada curso se requiere que el alumno realice la actividad propuesta 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 la actividad y el examen final.

CONTINUAR

Curso 1: Pilares del marketing deportivo

- Módulo 1: Introducción al *marketing* deportivo.
- Módulo 2: Métodos y herramientas del *marketing* deportivo.
- Módulo 3: Creación del plan de *marketing* deportivo.
- Módulo 4: Integración.

CONTINUAR

Curso 2: Patrocinio deportivo

- Módulo 1: *Management* de la marca deportiva.
- Módulo 2: Búsqueda de patrocinadores potenciales.
- Módulo 3: Preparación y cierre de la venta de un patrocinio.
- Módulo 4: Integración.

CONTINUAR

Curso 3: Activación del patrocinio deportivo

- Módulo 1: Activación del patrocinio.
- Módulo 2: Tipos de activación.
- Módulo 3: Indicadores claves del patrocinio.
- Módulo 4: Integración.

[CONTINUAR](#)

Curso 4: Gestión de productos y servicios deportivos

- Módulo 1: Gestión de productos y servicios.
- Módulo 2: Ejecución del plan de productos y servicios.
- Módulo 3: Estrategia de desarrollo de productos.
- Módulo 4: Integración.

[CONTINUAR](#)

Curso 5: Lo que aman los aficionados y lo que las marcas patrocinan

- Módulo 1: *Passion points*. Las cosas importantes en la vida.
- Módulo 2: *Passion connectors*. ¿Cómo los aficionados consumen sus pasiones?
- Módulo 3: Diferentes tipos de activos. Activos pagados, compartidos y propios.
- Módulo 4: El no-patrocinador: *marketing* de emboscada.

CONTINUAR

Curso 6: El patrocinio como herramienta de marketing

- Módulo 1: Comprar visibilidad. Conciencia de marca y el rol de los medios de comunicación.
- Módulo 2: Acceso a contenido. Lograr mejores experiencias virtuales y en vivo para los aficionados.
- Módulo 3: Crear amor por la marca. Conquistar corazones con publicidad y cambio social.
- Módulo 4: Acelerar los resultados a corto plazo a través de promociones y activación comercial.

[CONTINUAR](#)

Curso 7: Los diferentes casos de uso de patrocinio

- Módulo 1: Mejores acuerdos. Patrocinadores que crean valor para los clientes.
- Módulo 2: Trabajo de equipo y comunidad. Empleados orgullosos y vecinos felices.
- Módulo 3: Gobiernos y ONG. La difícil conversación sobre regulaciones, sustentabilidad e impuestos.
- Módulo 4: Poder de persuasión del patrocinio. Utilizar el patrocinio para tener influencia en el mundo entero.

[CONTINUAR](#)

Curso 8: ¿Qué es un patrocinio exitoso?

- Módulo 1: Evaluación del precontrato. ROI estimado de un patrocinio.
- Módulo 2: Manejo del riesgo. La necesidad de una verificación adecuada de antecedentes.
- Módulo 3: Fase contractual. Derechos, obligaciones, principios morales y de fuerza mayor.
- Módulo 4: Revisión post evento. Evaluación y la difícil tarea de terminar un patrocinio.

CONTINUAR