



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master En Dirección De Eventos Deportivos + Master En Marketing Deportivo



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master En Dirección De Eventos Deportivos + Master En Marketing Deportivo



DURACIÓN:

1.500 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.795 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación:

- Titulación de Master en Dirección de Eventos Deportivos con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional
- Titulación de Master en Marketing Deportivo con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



Master En Dirección De Eventos Deportivos + Master En Marketing Deportivo **Ver Curso**

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Descripción

Master En Dirección De Eventos Deportivos + Master En Marketing Deportivo **Ver Curso**

Este Master en Dirección de Eventos Deportivos le ofrece una formación especializada en la materia. La gestión deportiva, según el Comité Olímpico, es aquel conjunto de actividades y medios necesarios para una correcta utilización de los espacios del deporte, con la meta de permitir a los usuarios el desarrollo de sus actividades en las mejores condiciones posibles, adoptando las medidas recomendables con criterios de economía, entendiéndose esta última palabra en el sentido más complejo del término, es decir, empleo racional de los recursos disponibles para obtener los máximos resultados. Este Master MBA en Dirección, Organización y Gestión de Eventos Deportivos ofrece una formación especializada en la materia. Así, con el presente Master MBA en Dirección, Organización y Gestión de Eventos Deportivos se pretende aportar una adecuada formación para poder gestionar de forma acertada diferentes eventos deportivos.

Este Master en Marketing Deportivo le ofrece una formación especializada en la materia. Si trabaja en el ámbito del deporte y desea especializarse en las funciones relacionadas con el marketing deportivo y la gestión de empresas de este tipo este es su momento, con el master en Marketing Deportivo podrá adquirir los conocimientos oportunos para desenvolverse de manera profesional en este entorno. El marketing deportivo puede ser capaz de dar una mayor velocidad de posicionamiento de una nueva marca o producto mediante el vínculo deportista o atleta reconocido. El servicio del marketing deportivo, nos permite ahorrar tiempo localizando a los deportistas para que participen en algún anuncio comercial así como otras estrategias.

Objetivos

- Proporcionar una visión completa y general de todos los aspectos organizativos involucrados.
- Iniciar al alumno en el campo del protocolo y la organización de eventos deportivos
- Contribuir a la formación integral y multifuncional de los profesionales involucrados en la gestión y organización de eventos deportivos (seguridad, comunicación, ceremoniales, logística, marketing, patrocinios, etc.), favoreciendo con ello tanto su integración en los equipos de trabajo, como la mejora de su capacidad de coordinación de los mismos.
- Organizar y dinamizar eventos, actividades y juegos deportivos para todo tipo de usuarios.
- Organizar y desarrollar actividades culturales con fines de animación deportiva.
- Organizar y desarrollar veladas y espectáculos con fines de animación deportiva.
- Asistir como primer interviniente en caso de accidente o situación de emergencia.
- Analizar la importancia del marketing en instalaciones deportivas. - Conocer las claves del Marketing Deportivo. - Aplicar una estrategia de marketing integral. - Crear una estrategia de marketing digital orientada a centros deportivos. - Implementar una estrategia de SEO. - Desarrollar una estrategia exitosa en redes sociales. - Adquirir las técnicas de copywriting para convertir visitas en compradores. - Aprender a aplicar una estrategia de Inbound Marketing exitosa para aumentar las ventas online.

A quién va dirigido

Este Master en Marketing Deportivo está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además Esta formación está diseñada para aquellos profesionales del marketing que cuenten con varios años de experiencia y desean obtener una alta especialización en la aplicación de estrategias de marketing orientadas al sector deportivo. Del mismo modo, este Master se dirige titulados universitarios que deseen especializarse en el desarrollo de estrategias de marketing en el ámbito deportivo.

Para qué te prepara

Este Master en Dirección de Eventos Deportivos le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master en Organización y Gestión de Eventos Deportivos le prepara para especializarse en la organización, dinamización de eventos, actividades, juegos deportivos, etc así como la gestión de los diferentes eventos y actividades.

Este Master en Marketing Deportivo le prepara para conseguir una titulación profesional. el master en Marketing Deportivo te preparará para dirigir y liderar la estrategia de Marketing y Ventas de cualquier negocio relacionado con el deporte y el bienestar. Tras finalizar la formación, serás capaz de aplicar una estrategia de marketing integral para lograr atraer clientes potenciales y aumentar las conversiones del negocio. Gracias a las técnicas de SEO, SEM, Social Media, Copywriting y Analítica Web o Marketing Relacional lograrás optimizar el crecimiento del negocio y aumentar su rentabilidad.

Salidas Laborales

Organizador de Eventos Deportivos dentro de cualquier Organización.

La Maestría en Marketing Deportivo te capacita para trabajar como Director de Marketing en el sector del deporte, tanto para aquellos profesionales del sector que deseen adquirir conocimientos pertenecientes al área de marketing, como para aquellos profesionales del marketing que buscan la especialización en este sector. Además, gracias a la formación adquirirás conocimientos para trabajar como Consultor de Marketing en el sector deportivo, Experto en Patrocinio Deportivo, Especialista en SEO y Analítica Web, Experto en Social Media, Copywriting e Inbound Marketing, además de la capacidad de liderazgo, desarrollo y promoción de la venta online o mejora de la experiencia de usuario.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

1. CURSO 1. MASTER EN DIRECCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

MÓDULO 1. EXPERTO EN PROYECTOS DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVOS Y RECREATIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES, SITUACIÓN Y EVOLUCIÓN EN ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVA Y RECREATIVA.

- 1.Aspectos históricos y conceptuales
- 2.Características de la animación físico-deportiva
- 3.Entidades y empresas de animación físico-deportiva
- 4.El animador físico-deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE PROYECTOS DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVA Y RECREATIVA.

- 1.Elaboración del análisis prospectivo
- 2.Diseño de proyectos de animación físico-deportivos y recreativos
- 3.Métodos de seguimiento y evaluación
- 4.Técnicas de promoción y comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES EN PROYECTOS DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVOS Y RECREATIVOS.

- 1.Espacios e instalaciones para el desarrollo de proyectos de animación físico-deportiva:
- 2.Entidades, organismos y empresas de animación físico-deportiva
- 3.Recursos humanos, gestión, perfiles y formación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVOS Y RECREATIVOS.

- 1.El proceso evaluador

2. Técnicas e instrumentos para la evaluación de proyectos de animación
3. La elaboración del informe de evaluación:

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRATAMIENTO Y REGISTRO DE INFORMES EN PROYECTOS DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVOS Y RECREATIVOS

1. Estadística aplicada al tratamiento de datos y elaboración de informes en el contexto de la animación físico-deportiva y recreativa
2. Recursos informáticos aplicados al tratamiento de datos y elaboración de informes en el contexto de la animación físico-deportiva y recreativa

MÓDULO 2. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de reuniones
5. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Tipos de eventos
2. Organización del evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RELACIONES PÚBLICAS

1. Definición y Concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de Relaciones Públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Deporte y Protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de marketing
4. Elaboración de presupuestos
5. Creación del comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DEPORTIVA

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo

9. Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA

1. Dirección de Infraestructura deportiva
2. Subdirección de Infraestructura deportiva
3. Departamento de mantenimiento de infraestructura
4. Subdirección de planeación y proyectos
5. Departamento de seguimiento
6. Subdirección de administración y finanzas
7. Departamento de recursos materiales
8. Departamento de recursos financieros
9. Departamento de Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PATROCINIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. La preparación de una oferta de patrocinio
5. Intereses y exigencias de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Beneficios socioeconómicos fundamentales
2. Beneficios sociopolíticos
3. La repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

ANEXO I. LEY ESTATAL DEL DEPORTE

1. Principios generales
2. El consejo superior de deportes
3. Las asociaciones deportivas
4. De las competiciones
5. El comité olímpico y el comité paralímpico Españoles
6. El deporte de alto nivel
7. Investigación y enseñanzas deportivas
8. Control de las sustancias y métodos prohibidos en el deporte y seguridad en la práctica deportiva
9. Prevención de la violencia en los espectáculos deportivos
10. Instalaciones deportivas
11. La disciplina deportiva
12. Asamblea general del deporte
13. Conciliación extrajudicial en el deporte
14. Disposiciones adicionales
15. Disposiciones transitorias
16. Disposiciones finales

MÓDULO 3. EVENTOS, ACTIVIDADES Y JUEGOS PARA ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVA Y RECREATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS Y RECREATIVAS DE ANIMACIÓN.

1. Interpretación de los elementos programáticos en proyectos de animación físico-deportivos y recreativos
2. Interpretación de los elementos programáticos
3. Características y expectativas de los usuarios
4. Estrategias para la creación de un clima de trabajo positivo y gratificante
5. Criterios para la propuesta de actividades alternativas, en función de las características de los usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COLECTIVOS ESPECIALES (PERSONAS MAYORES, PERSONAS CON DISCAPACIDAD, ENFERMOS DE LARGA DURACIÓN, MUJERES EMBARAZADAS, PERSONAS EN RIESGO SOCIAL) EN LAS ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS DE ANIMACIÓN

1. Autonomía personal
2. Características y necesidades básicas de los diferentes colectivos especiales
3. Técnicas de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESPACIOS ABIERTOS, INSTALACIONES Y RECURSOS MATERIALES EN ANIMACIÓN CON ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS Y RECREATIVAS.

1. Disponibilidad e idoneidad de los recursos, espacios e instalaciones
2. Uso y aplicación de los recursos materiales en animación físico-deportiva
3. Barreras arquitectónicas y criterios para la adaptación
4. Mantenimiento Preventivo
5. Mantenimiento operativo
6. Mantenimiento correctivo

MÓDULO 4. DIRIGIR Y DINAMIZAR EVENTOS, ACTIVIDADES Y JUEGOS PARA ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVA Y RECREATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS JUEGOS EN LA PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVA Y RECREATIVA.

1. El juego como soporte básico en animación físico-deportiva y recreativa
2. Juegos y actividades físico-deportivas y recreativas deportiva
3. Clasificación de los juegos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN LAS ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS DE ANIMACIÓN.

1. Necesidades personales y sociales en el ámbito de la animación y recreación
2. Elementos de la comunicación: emisor, mensaje, receptor, canal utilizado.
3. Dificultades comunicativas más habituales en actividades de animación y recreación
4. Estrategias y técnicas para fomentar y facilitar la comunicación en animación

5. Procesos de comunicación en situaciones de reclamación del usuario
6. Estrategias del animador para motivar y animar en la interacción grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LOS JUEGOS Y ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS Y RECREATIVAS DE ANIMACIÓN.

1. Desarrollo evolutivo
2. Sociología del ocio y la actividad físico-deportiva y recreativa
3. Estrategias y pautas para favorecer la participación e implicación de los usuarios en actividades de animación
4. Características psicoafectivas de personas pertenecientes a colectivos especiales
5. Imagen y talante del animador:
6. Habilidades psicológicas susceptibles de desarrollo en el ámbito de la animación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN Y DINAMIZACIÓN DE SESIONES DE JUEGOS Y ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN FÍSICO-DEPORTIVA Y RECREATIVA.

1. Componentes del servicio de atención al cliente: Cortesía, credibilidad, comunicación, accesibilidad, comprensión, profesionalismo, capacidad de respuesta, fiabilidad.
2. Estrategias metodológicas específicas y adaptadas de dirección y dinamización de sesiones de juegos y actividades de animación físico-deportiva y recreativa
3. Estrategias del animador para motivar y animar en la interacción grupal
4. Dinamización de eventos y actividades de animación físico-deportiva y recreativa:
5. Dinámica de grupos en animación físico-deportiva y recreativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EVALUACIÓN Y CONTROL EN ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS DE ANIMACIÓN.

1. Técnicas e instrumentos para la evaluación de proyectos de animación
2. Aplicación de instrumentos específicos de evaluación
3. Elaboración de informes de evaluación: finalidad, estructura y presentación.
4. Cuestionarios de entrevista para la valoración inicial en actividades de animación
5. La observación como técnica básica de evaluación
6. Análisis de datos obtenidos.
7. Técnicas de archivo y almacenaje de informes: finalidad del archivo, control, seguimiento y conservación de informes y documentos.
8. Normativa vigente de protección de datos.
9. Criterios deontológicos profesionales de confidencialidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGURIDAD Y PREVENCIÓN EN ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS DE ANIMACIÓN

1. Medidas de prevención de riesgos, de protección medioambiental, de seguridad y de salud en instalaciones deportivas y espacios de aire libre en actividades y eventos de animación
2. Evacuación preventiva y de emergencia en instalaciones deportivas y en el entorno natural.
3. Legislación básica sobre seguridad y prevención.

MÓDULO 5. CONCRETAR Y ORGANIZAR VELADAS, ESPECTÁCULOS Y EVENTOS CON FINES DE ANIMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCRECIÓN DE VELADAS Y ESPECTÁCULOS

- 1.Las veladas y espectáculos en el contexto de un proyecto de animación
- 2.Elementos de la programación, uso y combinación
- 3.Niveles de programación en la animación nocturna
- 4.Programación
- 5.Publicidad: métodos de captación:
- 6.Clasificación según tipología del colectivo destinatario
- 7.Clasificación según tipo de participación requerida: activa, pasiva o compartida
- 8.Diferentes tipos de veladas y espectáculos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE VELADAS Y ESPECTÁCULOS CON FINES DE ANIMACIÓN.

- 1.Gestión, disponibilidad e idoneidad de los recursos humanos y materiales
- 2.Criterios de uso de los recursos materiales en veladas y espectáculos con fines de animación
- 3.Cronograma y desarrollo organizativo
- 4.Cumplimentación de la Ficha Técnica de un montaje.
- 5.CURSO 2.MASTER EN MARKETING DEPORTIVO

MÓDULO 1. MARKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

- 1.Procesos de planificación estratégica
- 2.El papel del marketing en la empresa
- 3.Análisis de situación y estrategias de marketing
- 4.La orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

- 1.Introducción
- 2.El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
- 5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- 1.Factores de influencia en el comportamiento del consumidor

- 2.El proceso de la cultura
- 3.Semejanzas y diferencias de los valores culturales
- 4.Factores sociológicos de consumo
- 5.El proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

- 1.Conceptualización del posicionamiento en el mercado
- 2.Elementos del posicionamiento
- 3.Estrategias de posicionamiento
- 4.Fases y mapas de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

- 1.Personalidad y estructura de marca
- 2.Brand equity o el valor de marca
- 3.Marcas corporativas y marcas producto
- 4.La imagen como comunicadora
- 5.Reputación corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

- 1.Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
- 2.El diseño del plan de marketing: principales etapas
- 3.La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
- 4.Desarrollo del plan de marketing

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

- 1.¿Qué es la comunicación?
- 2.El marketing como raíz de la comunicación digital
- 3.Otros componentes del marketing
- 4.Comunicación Integral de Marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

- 1.Introducción a la promoción de ventas
- 2.Características y objetivos de la promoción de ventas
- 3.La estrategia promocional
- 4.Las tácticas promocionales
- 5.La promoción de venta online
- 6.Medición de la eficiencia promocional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 1.Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
- 2.Causas del desarrollo de las relaciones públicas
- 3.Técnicas de relaciones públicas
- 4.Los eventos y las ferias

- 5.La comunicación en situación de crisis
- 6.Las relaciones públicas en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PATROCINIO

- 1.Concepto, causas y objetivos del patrocinio
- 2.Tipologías de patrocinios
- 3.Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO

- 1.El marketing directo en la actualidad
- 2.Variables del marketing directo
- 3.La base de datos
- 4.Medios convencionales para el marketing directo
- 5.Marketing directo en Medios masivos

MÓDULO 3. MARKETING EN LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

- 1.Definición
- 2.Utilidades del marketing para las instalaciones deportivas
- 3.Proceso de marketing y marketing management
- 4.Marketing y Deporte, una nueva relación
- 5.Planeación estratégica de las instalaciones deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y MERCADO DEPORTIVO

- 1.El mercado deportivo
- 2.Investigación de mercado
- 3.Política de mercado
- 4.El producto deportivo
- 5.El consumidor deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA EN EL ENTORNO DEL MARKETING

- 1.Conceptualización en torno a la comunicación publicitaria
- 2.El proceso de comunicación publicitaria en televisión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LA INSTALACIONES DEPORTIVAS

- 1.Función del marketing en la empresa
- 2.La dirección de marketing de empresas deportivas
- 3.El director de marketing como estrategia
- 4.Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

- 1.Definición y ventajas
- 2.Características del plan
- 3.Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas

4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TEORIAS DE LA VENTA

1. Introducción
2. Asistencia al cliente/a
3. Como conseguir la satisfacción del cliente/a

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. La plataforma comercial
2. Influencias en el proceso de compra
3. Tipología humana
4. Motivaciones psicológicas del consumidor/a

MÓDULO 4. MARKETING DIGITAL DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Las 4F's del Marketing Online
2. Formas del Marketing Online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DEPORTIVO

1. Intercambio de bienes deportivos
2. Consumo de espectáculo deportivo
3. Estrategias de marketing de los ofertantes de servicios deportivos
4. Ciclo de vida y especificidad de un servicio deportivo
5. Política de comunicación deportiva

MÓDULO 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones

4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con google ADS
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. WordPress y woocommerce
4. Prestashop y magento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS 4

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

MÓDULO 6. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Concepto y evolución del Social Media
2. Tipos de redes sociales
3. La importancia actual del social media
4. Prosumer
5. Contenido de valor
6. Marketing viral
7. La figura del Community Manager
8. Social Media Plan
9. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger

5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights
10. Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas
9. Actualizaciones de Instagram
10. Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1. Introducción a X Corp.
2. Elementos básicos de X Corp.
3. X Corp para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. X Corp. Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
- 11.11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube

- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

- 1.Introducción a Twitch
- 2.El éxito de Twitch
- 3.Generar suscriptores en Twitch
- 4.Contenidos y recomendaciones
- 5.Twitch e influencers
- 6.Streamlabs
- 7.Publicidad en Twitch
- 8.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

- 1.¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
- 2.Creación de contenido en TikTok
- 3.Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
- 4.El papel del marketing en Tiktok
- 5.Tiktok e influencers
- 6.Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios
- 9.Pixel de Facebook
- 10.Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en X Corp

3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. X Corp. Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1. Introducción a TikTok Ads Manager
2. Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3. Tipos de contenidos y herramientas clave
4. Seguimiento y monitorización de los resultados