



Especialista en Marketing y Community Management de Centros Deportivos, Empresas y Eventos Deportivos

Antecedentes y Justificación

El sector del fitness, como uno de los máximos exponentes en el negocio de instalaciones deportivas, ha pasado en la última década de ser un sector en alza a convertirse en un sector consolidado, pudiendo considerarse como el más potente dentro del sector deportivo. Así lo demuestran los datos. Ha aumentado en este periodo de tiempo su volumen de negocio un 65 %.

Sin embargo, su evolución ha sido demasiado rápida, y se han establecido muchos modelos de negocio basados en el sector premium, el mid market, el low cost y como última incorporación, el affordable fitness. Cada uno de estos modelos se enfrenta a unos retos concretos, los cuales solo se pueden solventar mediante una gestión completa, que incorpore y complemente aspectos relacionados con el modelo y viabilidad del negocio, así como su promoción.

Por tanto, se plantea completamente necesario la existencia de una formación específica para la dirección integral de centros deportivos, para formar personas que puedan liderar proyectos de gestión y cambio en este tipo de instalaciones con más probabilidades de éxito.

Además, se plantea que esta formación sea llevada a cabo por los líderes de referencia en el sector, docentes con larga experiencia en la formación, asesores que han ayudado a construir los conceptos que se manejan, tanto en dirección como en marketing, así como expertos en I+D+i que aporten las ideas para adelantarse a los cambios. Solamente un curso de estas características puede aglutinar todo esto de manera coordinada.

Por último, para que un curso de estas características consiga el alcance deseado, solamente puede plantearse en formato online, aportando la flexibilidad necesaria para que los profesionales de este sector puedan compaginar el trabajo en las instalaciones con la formación. Además, un sistema de evaluación basado en la aplicación práctica de los conceptos en la realización de proyectos, estudios de caso y resolución de problemas, mediante talleres y trabajos, permitirá que los profesionales en activo puedan utilizar directamente su aprendizaje en sus instalaciones. Además, los alumnos que aprovechen este curso para afrontar con más éxito los retos, podrán ver la realidad a la que se enfrentarán, y de qué manera pueden aplicar los conocimientos para resolver los problemas.

Modalidad del Estudio Propio

100% Online a través de videoconferencias utilizando tanto la plataforma Blackboard Collaborate Ultra como el Campus Virtual (Moodle) de apoyo docente.

Créditos ECTS del Estudio Propio

30 créditos ofertados en la propuesta.

Infraestructura y medios

El curso se desarrollará en formato online utilizando como plataforma principal Moodle, lugar donde se gestionarán todos los contenidos y actividades. Además, se realizará una clase en directo a través de videoconferencia para explicar cada uno de los temas del curso. El horario de las clases en directo será de 21:00 a 22:00 los martes y los jueves.

La plataforma de videoconferencias será Blackboard Collaborate Ultra, herramienta de referencia en la enseñanza de estudios académicos online a nivel internacional. Esta herramienta permite gestionar aulas y entornos de aprendizaje con diferente nivel de aproximación a las clases presenciales.

Dichas clases serán grabadas y subida a Moodle para que los alumnos que no pudieron verla en directo pueden verla también, así como para repetir el visionado.

Metodología del Aprendizaje

A lo largo de este título propio online existirá una combinación de métodos, como las conferencias online, la resolución de problemas, la elaboración de informes y la realización de un trabajo fin de curso y talleres tutorizados por un profesor del título.

Se pretende que las clases teóricas presenciales (realizadas mediante videoconferencias online) siempre vayan acompañadas de una parte práctica apoyada en vídeos y casos reales.

Descripción breve del curso

Este Posgrado de Especialista es una de las dos partes del Master que se completa con el Especialista en Dirección en Centros Deportivos. Por tanto, completando cada una de dichas partes o cursos de manera consecutiva, incluyendo sus correspondientes trabajos finales, se obtendrá el título de Máster en Dirección, Marketing y Community Management de Centros Deportivos, Empresas y Eventos Deportivos.

Siendo un título online, será muy importante la impartición de los contenidos de una forma atractiva, utilizando todos los medios posibles, como videoconferencias, foros, etc. Cabe destacar que se tendrán en cuenta buenas prácticas de la enseñanza en línea como las preferencias de aprendizaje o búsquedas de aprendizaje colaborativo con herramientas web 2.0.

En la primera parte se abordarán contenidos relacionados con la gestión de centros deportivos y centros fitness, las instalaciones de deporte, salud y ocio más importantes en la actualidad. Se tratarán aspectos generales aplicados a estas instalaciones, así como aspectos de gestión específicos, en todas las áreas y departamentos. Se hablará de referentes de éxito, y se extraerán las buenas prácticas y claves para que puedan ser trasladadas a nuevas instalaciones.

En la segunda parte se profundizará en contenidos de especial relevancia para instalaciones deportivas, ampliando además para el caso de eventos deportivos. De esta manera, se abarcan todas las actividades propias de empresas de instalaciones deportivas. Concretamente, se profundizará en los diferentes aspectos que conforman el marketing de este tipo de empresas, incluyendo las últimas tendencias y herramientas, además de las diferentes técnicas y servicios de los que se podrían aprovechar a través del uso de la figura del community manager así como del correcto uso de la web.

Por último, la evaluación se realizará a través de la puesta en práctica de dichos contenidos a través de dos trabajos finales, uno por cada parte, en los que se diseñará por un lado un modelo de negocio para una instalación deportiva, y por otro un plan de marketing, promoción y comercialización.

Finalidad y Objetivos

- Formar gestores de centros deportivos que puedan afrontar proyectos de gestión y cambio en cada uno de los modelos de negocio de estas instalaciones, desde el punto de vista de la dirección, el marketing y la promoción.

Objetivos específicos:

- ❖ Identificar cada uno de los modelos de negocio en el sector del fitness, relacionándolos con los restos que afrontan en la actualidad.
- ❖ Definir acciones y estrategias para afrontar con éxito los retos propios del sector.
- ❖ Adquirir habilidades de direcciones generales y específicas, aplicables a la gestión de centros deportivos.
- ❖ Saber desarrollar herramientas clásicas y actuales relacionadas con el marketing.
- ❖ Aprender a aplicar adecuadamente el uso de redes sociales e internet en la gestión de la entidad.

Perfil de Alumnos

Profesionales del sector del fitness y responsables de centros deportivos de diferentes características.

Profesionales de las ciencias del deporte.

Graduados y Licenciados en Ciencias del Deporte o relacionadas.

Estudiantes de grados o licenciaturas relacionados con el deporte, y especialmente, interesados en la gestión deportiva.

Evaluación y Control

La evaluación se realizará principalmente a través de un trabajo final para cada una de las partes del curso, correspondientes a cada uno de los títulos de especialista. Cada trabajo se realizará al finalizar cada una de las partes. En ellos será necesario plasmar y aplicar todos los contenidos y herramientas aprendidos durante el curso a un caso real o un proyecto. Para ello, estará dividido en apartados que harán referencia a los distintos contenidos del curso.

Será un trabajo dirigido por su tutor, "ad hoc" para guiar y asesorar todo el proceso.

Además, se realizarán talleres y tareas a lo largo del curso, para evaluar competencias y aplicación de contenidos de forma parcial, antes del trabajo final.

Especialista en Marketing y Community Management de Empresas y Eventos Deportivos

Clase	Profesor	Cargo
El nuevo marketing deportivo. El camino a seguir	Ramiro Lahera	Director General de Tactika Sport Culture
Investigación cuantitativa como mejora en los espectáculos, servicios y productos	Pablo Burillo	Director MBA Online. Escuela Universitaria Real Madrid
La investigación cualitativa. Fundamentos y aplicaciones en el mercado del deporte	José Luis Felipe	Profesor UEM e Investigador IGOLD
Metodología mixta adaptada a diferentes contextos deportivos	Benito Yañez	Responsable área de deporte universitario UCLM
Inbound en el Marketing Deportivo	Manel Valcarcel	Director Empresa Valgo
Consumo y personalidad de marca	Jorge Rosales	Consultor Empresa Mas+
El marketing digital en entornos deportivos. Modelo de negocio digital	Jorge Rosales	Consultor Empresa Mas+
Herramientas digitales de medición y retorno en entidades y eventos deportivos 1	Óscar Rodríguez	Consultor en Marketing Digital
Herramientas digitales de medición y retorno en entidades y eventos deportivos 2	Óscar Rodríguez	Consultor en Marketing Digital
Fundamentos de la estrategia y activación de patrocinio	Edouard LeGendre	Director Patrocinio y Planificación Ogilvy y Geometry Global.
Estrategia de patrocinio. El plan estratégico	Edouard LeGendre	Director Patrocinio y Planificación Ogilvy y Geometry Global.
Gamificación y Marketing	Oscar García	Director Atlas Sport Consulting
Activación de patrocinio. Plan de activación	Alberto Fernandez Canelo	Director de Havas Sports en España
Promoción, Presentación y Desarrollo de Proyectos	Javier Gámez Payá	Unidad de Programas Transversales e Internacionales INCLIVA
Seguridad integral en Eventos y Protección de Datos	Jose Luis Gómez Calvo	Director de seguridad
Licencias en deportistas y productos deportivos	Francisco M. del Rio	Abogado Especialista en Derecho Deportivo
Ambush Marketing y guerrilla en el deporte. Principales casos	Álvaro Fernández	Director Área. Profesor Universidad Europea de Madrid
Liderazgo y coaching como herramienta de marketing en Empresas Deportivas	Álvaro Merino	Consultor Deportivo Challenge 359
Marketing y patrocinio en grandes eventos y clubes	Benito Pérez	Profesor Universidad Isabel I
Responsabilidad social, comunicación e imagen a través del deporte	Jose Maria Herranz	Profesor de la UCLM. Experto en Periodismo
Marketing en los entornos Inteligentes. Ciudades	Juanma Murua	Consultor Independiente
Imagen y Liderazgo como marca personal en entornos reales y digitales	Juan Luis Manfredi	Profesor de la UCLM. Experto en Periodismo
Consultorías Digitales en Empresas Deportivas	Ignasi Servià	Consultor de Marketing Independiente