

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
-------------	--

Rama de Conocimiento:	Ciencias de la Salud
-----------------------	----------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Salud
-------------------	----------------------

Asignatura:	Marketing del Deporte y de las Nuevas Tendencias en Actividades Físicas y Deportivas
-------------	--

Tipo:	Optativa
-------	----------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	5271
---------	------

Periodo docente:	Octavo semestre
------------------	-----------------

Materia:	Gestión del Deporte
----------	---------------------

Módulo:	Organización y Gestión de la Actividad Física y el Deporte
---------	--

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Jorge Acebes Sánchez	j.acebes.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura recoge los fundamentos del marketing, así como sus peculiaridades en el área del deporte, con especial atención a las políticas de precios, productos, comunicación y distribución. Esta asignatura recoge los fundamentos del marketing aplicados al ámbito del deporte; y la financiación, negociación, presentación y legislación como cualidades interdisciplinares que enriquecen a cualquier especialista en marketing.

OBJETIVO

Conseguir que el estudiante, al finalizar esta asignatura, sea capaz de comprender todos los mecanismos para impulsar con éxito un departamento de marketing aplicado al sector de la actividad física y el deporte.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

No requiere conocimientos previos.

CONTENIDOS

1. Introducción al Marketing en el sector de la actividad física y el deporte
2. Marketing estratégico.
3. Planificación de marketing.
4. Marketing comunicacional.
5. Investigación de mercados.
6. Satisfacción del cliente.
7. Los distintos servicios en los centros deportivos.
8. El patrocinio deportivo como fuente de financiación.
9. El nuevo marketing y últimas tendencias: Redes sociales y E-sports .
10. Emprendimiento: Plan de marketing y Start-ups.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El desarrollo de la asignatura combinará la ejecución del tema 10 durante la exposición del resto del temario.

A la finalización del temario se expondrá el tema 10 que será valorado como trabajo de la asignatura.

Las actividades formativas que se llevarán a cabo podrán ser:

- Clases Expositivas
- Seminarios teórico-prácticos, Talleres, Conferencias, Mesas Redondas: Trabajo en pequeños grupos con el fin de profundizar en contenidos didácticos específicos, tutorías individuales o grupales
- Trabajos individuales o en grupo
- Evaluación
- Estudio Teórico/Práctico
- Trabajo Virtual en Red

*Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, se pueden ver modificados y adaptados en función de los distintos escenarios establecidos, siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
ACTIVIDAD PRESENCIAL 60h	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL 90h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Desarrollar habilidades de liderazgo, relación interpersonal y trabajo en equipo.

Desarrollar un pensamiento analítico, sintético, reflexivo, creativo, crítico, teórico y práctico.

Conocer y actuar dentro de los principios éticos necesarios para el correcto ejercicio profesional.

Reflexionar sobre la práctica del ejercicio profesional, desarrollando la iniciativa y el espíritu emprendedor, la innovación e investigación, con el fin de mejorar la propia labor profesional.

Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en el desarrollo profesional.

Elaborar programas para la dirección de organizaciones, entidades e instalaciones deportivas.

Competencias específicas

Ser capaz de escuchar de manera activa y empática las situaciones que se presentan en el ámbito laboral-deportivo y proponer soluciones en caso de conflicto

Fomentar el juego limpio, aplicando la legislación vigente, y la solidaridad, utilizando el ámbito deportivo como medio de transformación social

Ser capaz de utilizar medios y herramientas eficazmente, para solucionar conflictos en el ámbito laboral-deportivo

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Diferenciar las características de productos y servicios. Entender los elementos sobre los que plantear estrategias de posicionamiento y promoción.

Reconocer las características inherentes a los servicios y productos de actividad física, sabiendo vincularlo a información fiable, que permitan una promoción justa y adaptada a las exigencias de la sociedad.

Identificar, planificar y gestionar la creación de nuevos productos y servicios en base a las necesidades de un contexto concreto.

Seleccionar y aplicar estrategias de Marketing adecuadas para productos y servicios existentes en base a objetivos predeterminados.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Sistema de evaluación ordinario:

Según la normativa interna de la UFV, la asistencia a clase es obligatoria. No obstante, el simple hecho de asistir no garantiza la superación positiva de la asignatura. Se pide compromiso y participación proactiva.

Ponderación de las distintas partes de la evaluación:

- Pruebas escritas u orales: 50%
- Actividades diarias y ejercicios: 20%
- Trabajos individuales o grupales: 20%
- Asistencia y participación: 10%

Sistema alternativo de evaluación (alumnos de 2º o más matrículas, aquellos con dispensa académica, alumnos de intercambio y/o posibles escenarios de exclusividad en remoto):

Ponderación de las distintas partes de la evaluación. En este sistema la parte dedicada a asistencia y participación desaparece. (A modo de ejemplo (cada guía docente se adaptará a la memoria de verificación de su Grado):

- Pruebas escritas u orales: 60%
- Trabajos individual o grupales: 20%
- Actividades diarias y ejercicios: 20%

Para alumnos de 1º matrícula: Se acogerán al sistema de evaluación ordinario.

Para alumnos de 2º o más matrículas: Se podrán acoger al sistema de evaluación ordinario o al sistema de evaluación alternativo, previo acuerdo con el profesor al inicio de la asignatura, y siempre que se haya cursado la asignatura de forma presencial previamente.

Para alumnos de Estancias de Intercambio que no tienen la asignatura convalidada: Se acogerán al sistema alternativo de evaluación, siendo su obligación el conocimiento del mismo.

Para alumnos con Dispensa Académica: Según normativa de la UFV, la dispensa académica supone la autorización del director de la titulación para que un alumno en 1ª matrícula se someta al sistema alternativo de evaluación. Será concedida con carácter extraordinario en aquellos casos debidamente justificados, previa solicitud del alumno a la Dirección de la titulación.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

Será necesario obtener una calificación de 5 en todos los apartados descritos anteriormente para poder aprobar la asignatura. En el caso de suspender la asignatura en convocatoria ordinaria, para la convocatoria extraordinaria el alumno deberá someterse a las pruebas necesarias marcadas por el profesor para superar cada una de las partes suspensas, guardándose la nota de las partes aprobadas.

Los exámenes serán presenciales siempre y cuando la situación lo permita.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Campos, C. (1997). Marketing y patrocinio deportivo, Gestió y Promoció Editorial, Barcelona.

Desbordes, M.; Ohl, F.; Tribou, G. (2001). Estrategias del Marketing deportivo, Paidotribo, Badalona.

Ferrand, A.C., Nardi, M. y Gambau, V. (2012). Marketing en el fitness: gestión de servicios deportivos : fidelizar y captar nuevos clientes.

Monroy Antón, A. J. y Rodríguez Rodríguez, B. (2014). Marketing deportivo, Grupo Editorial Universitario,

Granada.

Mullin, B. J.; Hardy, S. y Sutton, W. (2007). Marketing deportivo, Paidotribo, Badalona.

Nardi, M.; Gambau, V. y Ferrand, A. (2012). Marketing en el fitness, Paidotribo, Badalona.

Sánchez, P. (2004). Técnicas de marketing deportivo : el marketing, herramienta imprescindible para la gestión, Gymnos, Madrid.