

Titulació	Tipus	Curs
4316022 Gestió Esportiva / Sport Management	OB	0

### Professor/a de contacte

Nom: Ricard Esparza Masana

Correu electrònic: ricard.esparza@uab.cat

### Equip docent

(Extern) Jesús Oliver

(Extern) Lukas Dorda

(Extern) Marc Bernadich

### Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

### Prerequisits

No hi han prerequisits

### Objectius

L'objectiu primordial és que els alumnes puguin iniciar-se en l'estudi de l'màrqueting en l'àmbit esportiu. Per a això, es proporcionarà a l'alumnè les eines bàsiques de pràctiques comercials i de màrqueting per a la presa de decisions en l'àmbit de la gestió esportiva. En concret els objectius a nivell formatiu són:

- Introduir les bases fonamentals del nou model comercial i de màrqueting aplicat a la gestió esportiva
- Estudiar les diferents tècniques d'investigació tant quantitatives com qualitatives que poden ajudar a la presa de decisions
- Analitzar la importància de l'orientació cap a la satisfacció i fidelització dels clients
- Aplicar les eines de recerca de mercats com a element de decisió per definir les 4P's
- Estudiar i veure la importància de transmetre confiança a través de l'acció comercial i del màrqueting esportiu
- Analitzar la personalització del servei com a factor diferencial

### Resultats d'aprenentatge

1. CA05 (Competència) Usar eines digitals en la solució de reptes en l'àmbit del màrqueting.
2. CA06 (Competència) Tenir una visió empàtica amb el públic objectiu de les accions de màrqueting.
3. KA09 (Coneixement) Identificar els elements digitals necessaris per a fer un pla de màrqueting.
4. KA10 (Coneixement) Comprendre els models de màrqueting del sector esportiu, així com les eines amb què es construeixen.
5. SA13 (Habilitat) Analitzar el mercat i identificar les empreses competidores.
6. SA14 (Habilitat) Elaborar un pla de màrqueting integrant eines tradicionals i innovadores.
7. SA15 (Habilitat) Mesurar i avaluar les accions de màrqueting digital implementades.
8. SA16 (Habilitat) Dissenyar la gestió comercial de productes i serveis esportius mitjançant estratègies i plans de màrqueting.
9. SA16 (Habilitat) Dissenyar la gestió comercial de productes i serveis esportius mitjançant estratègies i plans de màrqueting.

## Continguts

Tema 1: Introducció a l'màrqueting esportiu: mercats i oportunitats de l'màrqueting esportiu

Tema 2: El paper de les metodologies d'investigació en el màrqueting esportiu.

Tema 3: Consumidors esportius.

Tema 4: Aplicacions d'investigació de mercats en les 4 P 's de l'màrqueting Esportiu.

Tema 5: Estratègia de màrqueting esportiu.

Tema 6: Producte i marca en el màrqueting esportiu.

Tema 7: Política de preus a l'estratègia de màrqueting esportiu.

Tema 8: Estratègia en Màrqueting Digital aplicat als Esports.

Tema 9: Social Media Management i Màrqueting de Influencers en l'entorn esportiu

Tema 10: Engagement i User Generated Content

Tema 11: SEO / SEM i Mitjans Digitals

Tema 12: Elaboració i desenvolupament d'un pla de màrqueting esportiu

Tema 13: Introducció a la Comunicació Digital

Tema 14: Elaboració d'un Pla de Comunicació Digital

## Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Resolució de problemes, exercicis a l'aula ordinària	8	0,32	
Sessions magistrals participatives	30	1,2	

Tipus: Supervisades

Presentacions / exposicions	8	0,32
Realització de treballs / informes	16	0,64
Tutories Grupals	10	0,4
Tipus: Autònomes		
Estudi Personal	50	2
Realització de treballs / Informes	20	0,8

### Modalitat en línia

En el cas de la modalitat en línia, la metodologia s'ajustarà per tal que els alumnes puguin assolir tots els resultats de l'aprenentatge especificats en aquesta guia i alhora desenvolupar les competències i habilitats pròpies de la matèria impartida.

A tal efecte, s'optimitzaran els recursos disponibles en les aules modle per tal de maximitzar la implicació i la motivació dels estudiants (fòrums, debats, jocs de simulació, casos de estudi, presentacions en línia, etc...)

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

## Avaluació

### Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	2	0,08	KA09, KA10, SA13, SA14, SA15, SA16
Proves teòriques-pràctiques	30%	2	0,08	CA05, CA06, KA09, KA10, SA13, SA14, SA15, SA16
Treballs individuals i pràctics	40%	4	0,16	CA05, CA06, KA09, KA10, SA13, SA14, SA15, SA16

Proves teòric-pràctiques: Lliurament exposició i defensa dels exercicis i treballs realitzats (podran ser individuals i/o en grup).

Treballs teoricopràctics individuals: Lliurament d'exercicis i treballs realitzats, així com participació en fòrums i debats.

L'equip docent detallarà les activitats específiques a l'inici del mòdul.

## Bibliografia

- Aragon, P. (1991). Técnicas de dirección y marketing para Entidades deportivas. Málaga: Unisport / IAD.
- Baines, P; Chansarkar, P (2002). Introducing Marketing Research. Middlesex University Business School
- Calzada, E. (2012). Show me the money! Cómo conseguir dinero a través del Marketing Deportivo. Libros de cabecera
- Desbordes, M; Ohl, F; Tribou, G. (2015). Estrategias del marketing deportivo. Paidotribo edt.
- Duboff, R; Spaeth, J. (2000). Market Research Matters: Tools and Techniques for Aligning Your Business. John Wiley & Sons, Inc. New York
- Martín, E. (2009). Nominología: cómo crear y Proteger marcas poderosas a través del naming. Fundación Confemetal:
- Marqués, A. (2015). Técnicas de Investigación de mercados. RC edt.
- Molina, G. (2019) Management Deportivo. Del Club en la Empresa Deportiva. Editorial Wanceulen
- Santos Peñas, Julián; Muñoz Alamillos, Ángel; Juez Martel, Pedro; Cortiñas Vázquez, Pedro. (2016). Diseño de encuestas para estudios de mercado: Técnicas de muestreo y análisis multivariante. Centro de estudios Ramón Areces
- Shilbury, D; Westerbeek, H; Quick, S; Funk, D (2009). Strategic Sport Marketing. Publisher: Allen & Unwin
- Smith, A.C.T. and Stewart, B. (2014). Introduction to sport marketing. Routledge. 2º edition.
- Triadó, X. (1996) El marketing en la gestión deportiva. Barcelona: GPE Colección Gestión Deportiva.

## Programari

N/A

## Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TE) Teoria	1	Espanyol	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Anglès	primer quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	10	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt