



Curso Superior Universitario de Marketing y Gestión de Eventos deportivos. (Semi Presencial)

febrero 2012/junio 2012

Fundamentación

En España, en estos últimos años se ha incrementado el interés por el deporte, tanto por parte de los medios de comunicación, como por parte de los espectadores, aficionados y deportistas. Este es el motivo por el que muchas marcas, no solo deportivas, muestran un gran interés en patrocinar, o ceder su imagen a personajes, clubes y otras entidades deportivas, ayudando a posicionarse en un sector o dirigirse al público objetivo que desean.

El deporte como producto puede abarcar muchos sectores desde clubes, hasta deportistas o marcas. Por otro lado los consumidores pueden ser tanto practicantes habituales de ese deporte, simples aficionados o espectadores, y normalmente sus características dependerán del deporte, del equipo, etc.

Por todo lo anteriormente explicado, hay una gran demanda por parte de las empresas y marcas a la hora de solicitar una consultoría personalizada sobre la gestión de las estrategias de marketing en el sector deportivo.

Lo que pretendemos con este curso es formar a alumnos y profesionales en este sector específico aún no muy desarrollado en nuestro país.

Objetivos

El principal objetivo del curso es formar a los alumnos en este sector emergente de la mano de los mejores profesionales del sector en nuestro país, para que no solo le aporten una visión teórica de la materia, sino que puedan explicar el trabajo diario y las novedades del sector.

Para ello los alumnos contarán con un campus virtual, en dónde encontrarán la documentación, entrevistas, resúmenes de libros de gestión relacionados con la materia, así como los vídeos de las clases presenciales a las que asistirán.

Además (para aquellos alumnos que elijan esta modalidad) contarán con un iPad en dónde podrán acceder al Campus Virtual gracias a la aplicación iPad del curso.

Perfil del alumno

Dirigido principalmente a alumnos de Ciencias Económicas, ADE, Empresariales, INEF o Ciencias de la Información, así como a todos los profesionales del sector que quieran dirigir su carrera profesional por este sector, ampliando sus conocimientos y familiarizándose con las nuevas tecnologías y herramientas.



Programa

-El producto "Deporte":

El deporte como producto
El poder de las marcas deportivas
Instituciones deportivas como marca
El deporte y las empresas

-El consumidor:

El deportista aficionado
El espectador como cliente
El aficionado

-Patrocinio Deportivo:

Marcas deportivas (clubes, jugadores, eventos, etc)
Naming Rights
Activación del patrocinio
Marcas no deportivas

-Estrategias de marketing deportivo:

Estrategias aplicables
Cobranding y Merchandising
Gestión de clubes deportivos
Representantes

-Deporte 2.0:

Importancia del nuevo canal de comunicación en el deporte
Presencia de los diferentes entes deportivos en la Web
Posicionar la imagen de marca deportiva en la Web
Potenciar el conocimiento de marca, eventos y deportistas.
Deporte on-line como nueva línea de negocio
Blogs

-Organización de Eventos Deportivos

-Derechos Audiovisuales.

-Publicidad Deportiva.

Directores



Amparo Carrasco
Francisco Javier López Navarrete

Profesorado

Jose Manuel Ponzoa
Amparo Carrasco
Francisco Javier López Navarrete
Dolores Chicón
Pendiente por confirmar ponentes.

Sistema de evaluación

Durante el curso el alumno tendrá que realizar una serie de test al finalizar cada módulo, y tendrá que entregar al final del curso un trabajo que se le irá explicando durante los meses de duración del mismo, gracias a la conexión vía mail con un tutor.

Créditos

» **Créditos de Libre Elección UCM: 5**

» **Créditos ECTS UCM: 3**

Fecha, horario, duración y lugar de celebración

» **Fecha y horario:**

Desde 10 de febrero de 2011 hasta el 30 de junio de 2012.

Fechas clases presenciales:

10 y 11 de febrero
2 y 3 de marzo
23 y 24 de marzo
11 y 12 de mayo
1 y 2 de junio
22 y 23 de junio

» **Horario:**

De 17:00 a 20:30 los viernes y de 10:00 a 14:30 los sábados.

» **Duración del curso:**

200 horas (56 presenciales y 144 on-line).



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

» Lugar de celebración:

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. Avd. Islas Filipinas, 3.

Nº de plazas

Aforo limitado: 230 plazas.

Importe

Hasta el 16 de enero de 2012:

Precio Semipresencial (con iPad) 1.995 €

Precio Semipresencial (sin iPad) 1.595 €

Desde el 17 de enero hasta el 7 de febrero de 2012:

Precio Semipresencial (con iPad) 2.500 €

Precio Semipresencial (sin iPad) 2.100 €

Plazo de inscripción

Desde el 20 de julio de 2011 hasta el 7 de febrero de 2012.

Matriculación

» El pago se puede realizar de cuatro formas:

1. Pago de la matrícula hasta del 16 de enero de 2012:
 - 1.995 euros con iPad.
 - 1.595 euros sin iPad.
2. Pago completo del importe de matrícula desde el 17 de enero hasta el 7 de febrero de 2012:
 - 2.500 euros con iPad.
 - 2.100 euros sin iPad.
3. Pago en dos plazos:
 - Primer plazo de 1.250 euros (con iPad) ó 1.050 euros (sin iPad), al realizar la matrícula.
 - Segundo plazo de 1.250 euros (con iPad) ó 1.050 euros (sin iPad), antes del 7 de febrero de 2012.

Si no se realiza el segundo pago de la matrícula se detraerá el 20% del importe.

4. Pago en un año:



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

Más información en cualquier oficina de la Caixa.

» Forma de pago:

Ingreso o transferencia bancaria en:

Banco Popular

0075 0080 13 0601793794

Para más información:

info@cursosuperiormarketing.es

Tlf: 91 126 78 86

secretariadealumnos@rect.ucm.es

Tlf: 91 394 63 92 / 91 394 64 10

» Documentación:

La documentación que deberá adjuntar en el momento de hacer la matrícula es la siguiente:

- Resguardo del pago de la matrícula para estudiantes UCM que soliciten créditos.
- Copia del ingreso o transferencia bancaria.

» Devoluciones de matrícula:

Se detraerá el 10% del importe de la matrícula, en concepto de gastos de administración y gestión, cuando la baja de un alumno en un curso se efectúe con anterioridad a la fecha de inicio del curso. No procederá devolución alguna del importe de la matrícula cuando la baja se realice una vez iniciado el curso.