



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA.

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA:

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte				
Subject:	Sport Marketing				
Titulación:	Grado en Ciencias del Deporte				
Departamento:	CC Sociales de la Act. Fis., del Deporte y el Ocio				
Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional	Código:	115000083		
Itinerario/s:	GD		Carácter:	OPTATIVA	
Créditos ECTS:	6	Semestre:	Octavo	Lengua:	Español
Contextualización en el grado:	<p>La asignatura aporta el conocimiento y la formación científica social avanzada para que el futuro egresado/a pueda planificar y organizar la acción de las entidades públicas y privadas de la actividad física y del deporte con eficacia y eficiencia. Este dominio avanzado se plasma en la capacidad de análisis de los diferentes fundamentos de l marketing.</p> <p>El interés de la asignatura para la profesión se inscribe directamente en la salida profesional de Gestión y Organización Deportiva</p>				
Relación con otras asignaturas del grado:	<p>Esta asignatura tiene relación con la asignaturas</p> <ul style="list-style-type: none"> - De 1º Empresas y Organizaciones en Actividad Física y el Deporte. - De 3º optativa - Orientacion y actuación de los profesionales de la Actividad Física y del Deporte. - De 4º optativas- Direccion de Recursos Humanos en Organizaciones Deportivas 				
Recomendaciones y observaciones:	Se considera fundamental haber cursado la asignatura de 1º Empresas y Organizaciones en la Actividad Física y el Deporte y 3º Dirección y Organización de la Actividad física y del Deporte				

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Competencias Generales:
CG 3. Organizar y planificar propuestas de acción, programas y actividades propias de su campo profesional en sus diferentes ámbitos de aplicación y desarrollo.
CG 9. Resolver con eficacia y eficiencia problemas inherentes a su campo de conocimiento y profesional utilizando estrategias y técnicas adecuadas, y si procede innovadoras.
Competencias Específicas:
CE 19. Elaborar programas para la dirección de organizaciones, entidades e instalaciones deportivas.
CE 22. Aplicar, de manera fundamentada y argumentada, los principios fisiológicos, biomecánicos, comportamentales y sociales, en la planificación, dirección y puesta en práctica de actividades físico-deportivas recreativas

**Resultados de aprendizaje:**

- 1.- Conocer la importancia del marketing en las organizaciones deportivas.
- 2.- Ser capaz de identificar los servicios y productos deportivos.
- 3.- Ser capaz de analizar las características de los diferentes grupos de clientes o usuarios del deporte.
- 4.- Ser capaz de analizar y planificar los servicios o productos deportivos en función del cliente.
- 5.- Ser capaz de analizar y evaluar las estrategias de precios.
- 6.- Proponer de forma coherente estrategias comerciales.
- 7.- Ser capaz de analizar las diferentes estrategias publicitarias.
- 8.- Ser capaz de desarrollar planes de marketing para Organizaciones Deportivas.

PROGRAMA DE CONTENIDOS:**Unidades temáticas:**

Tema 1:	Fundamentos del Marketing Deportivo.
Tema 2:	Análisis de la Demanda.
Tema 3:	Las estrategias comerciales.
Tema 4:	Decisiones Estratégicas de Comunicación en el Deporte
Tema 5:	El patrocinio y la publicidad de los eventos deportivos.
Tema 6:	El plan de Marketing.

Bibliografía Básica:

- Campos, C. (2004). Dirección y Marketing de Servicios Deportivos. Grupo Promoción Editorial SL., Barcelona.
- Campos, C. (1997). El marketing y el patrocinio Deportivo. Grupo Promoción Editorial SL., Barcelona.
- Chelladurai, P. (2001). Managing Organizations for Sport & Physical Activity. Scottsdale, Arizona, Holcomb Hathaway Publishers.
- Dorado, A. (2005). La gestión del deporte a través de la calidad. Barcelona, INDE.
- Kotler, P. et al. (2001). Dirección de Marketing. Madrid, Ed Milenio
- Lambin, J. J. (2003) Marketing Estratégico. Mc Graw Hill
- Lambin, J.J. ; Galluci, C.; Sicurello C. (2009) MARKETING ESTRATEGICO Y OPERATIVO. Mc GrawHill.
- Triadó, X. (1996). El Marketing en la gestión deportiva. Barcelona, GPE

Bibliografía Recomendada:

- Acosta, R. (1999). Dirección, gestión y administración de las organizaciones deportivas, Barcelona, Paidotribo.
- Alberto, C; Hernando, V y Fernández, J.A (1996). Gestión y dirección de empresas deportivas. Teoría y práctica, Madrid, Gymnos.
- Andres, F. (1997). La Evaluación de la Gestión de un centro Deportivo. Ed Gymnos-CSD y Federación Española de Municipios y Provincias.
- Aragón, P. (1991). Técnicas de dirección y marketing para entidades deportivas, Málaga, Unisport.
- Chelladurai, P. (2001). Managing Organizations for Sport & Physical Activity. Scottsdale, Arizona, Holcomb Hathaway Publishers.
- Desbordes, M.; Ohl, F. y Tribou, G. (2001). Marketing deportivo. Barcelona, Paidotribo.



- Diez, M.D.; Quesada, S. (2002). Dirección de centros deportivos, Barcelona, Paidotribo.
- Dorado. A. (2005). La gestión del deporte a través de la calidad. Barcelona, INDE
- Dorado. A. (2005). Estrategias de gestión para avanzar hacia la excelencia. Madrid, Opade.
- Eiglier, P., Langeard, E. (2000). Servucción. El Marketing de servicios. Madrid, McGraw-Hill.
- Gerson, R. (1989). Marketing Health/Fitness Services. Illinois, Human Kinetics.
- Leadley, P. (1992). Leisure Marketing. Leisure Management Series. Longman Ed. London.
- Mullin, B.J.; Hardy, S.; Sutton, W.A. (2001). Marketing deportivo. Barcelona, Paidotribo.
- Paris, F. (1996). La planificación estratégica en las organizaciones deportivas, Barcelona, Paidotribo.
- Parks, J.B.; Quaterman, J. y Zanger, R.K. (1998). Contemporary sport management, Champaign, Human Kinetics.
- Sánchez Buján, P. (2000). Marketing deportivo. La clave del éxito en la gestión de los centros de actividad física y recreativa, Madrid, Comunidad de Madrid.
- Shaw, J. (1990). Gestión de Servicios. Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Slack, T. (1997). Understanding sport organizations, Champaign, Human Kinetics.
- Triadó, X. (1996). El Marketing en la gestión deportiva. Barcelona, GPE.
- Whyman, Wynne. (2008) Outdoor site and facility management: tools for creating memorable places. Champaign, Human Kinetics

Recursos:

- Aula de clase.
- Espacio reducido para los trabajos en grupo.
- Medios informáticos para las exposiciones en clase.
- Bibliografía básica recomendada en la biblioteca
- Transporte para realizar visitas guiadas.

METODOLOGÍA:**Metodología docente:**

La asignatura se desarrollará a través de lecciones magistrales, precedidas de un diálogo sobre los temas y complementadas por sus aplicaciones en la resolución de los trabajos y supuestos prácticos. Además se utilizarán el aprendizaje cooperativo y las correspondientes exposiciones o presentaciones consecuentes del mismo.

Horas presenciales	40 %	Horas no presenciales	60 %
-------------------------------	-------------	----------------------------------	-------------

EVALUACIÓN:**Métodos Generales de Evaluación:**

Se podrá elegir entre DOS OPCIONES:

- 1.- FORMATIVA (continua) - MIXTA: en la que pesará fundamentalmente el trabajo realizado durante el curso, y las evaluaciones parciales, a la que se añadirá caso de ser necesario por no haber aprobado los trabajos y los parciales, un examen final o prueba de asimilación de contenidos.
- 2.- SUMATIVA: un examen final o prueba de asimilación.

Sistema de Calificación:

- 1.- La calificación de la asignatura tendrá en cuenta (para la evaluación formativa) la asistencia a clase, la participación en los trabajos encomendados, la presentación y/o exposición de trabajos en las fechas requeridas, la co-evaluación en los trabajos cooperativos, la asistencia a tutorías y las pruebas de asimilación teóricas (con y/o sin documentación).
- 2.- Para calificar la asignatura, en la opción sumativa, únicamente se tendrá en cuenta el examen final.



GUÍA DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA.

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte	Código:	083	Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional
--------------------	---	----------------	-----	----------------	---------------------------------------

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte	Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional
--------------------	---	----------------	---------------------------------------

COMPETENCIA ESPECÍFICA: CE 19. Elaborar programas para la dirección de organizaciones, entidades e instalaciones deportivas.

RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA n°)		INDICADORES (Mínimos en Mayúsculas)	TEMAS RELACIONADOS
1º	-Conocer la importancia del marketing en las organizaciones deportivas. (1)	-IDENTIFICA LAS COMPETENCIAS DEL AREA DE MARKETING EN UNA ORGANIZACIÓN. -Reconoce el marketing operacional y el estratégico. -Establece los clientes externos e internos de una organización.	Tema 1
2º	- Ser capaz de analizar las diferentes estrategias publicitarias. (7)	-RECONOCE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DE LOS SERVICIOS O PRODUCTOS DEPORTIVOS. -Identifica los espacios publicitarios en una instalación deportiva. -Reconoce los espacios publicitarios en espacios relacionados con las TIC´s	tema 5
3º	- Ser capaz de analizar las características de los diferentes grupos de clientes o usuarios del deporte. (3)	- CONOCE CADA UNO DE LOS TIPOLOGÍA DE LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. - IDENTIFICA LOS GRUPOS DE CLIENTES EN UNA ORGANIZACIÓN DEPORTIVA. - Conoce técnicas de segmentación del mercado. - Diseña cuestionarios de evaluación de la satisfacción del cliente de servicios deportivos.	Tema 2



4º	- Ser capaz de analizar y evaluar las estrategias de precios. (5)	-IDENTIFICA CADA FUENTE DE INFORMACION RELACIONADA CON LOS PRECIOS DEL SERVICIO DEPORTIVO. -Desarrolla planes comerciales de precios para la captación de clientes. -Conoce criterios básicos para la fidelización de clientes.	Tema 2,3
----	---	---	----------

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte	Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional
COMPETENCIA ESPECIFICA:	CE 22. Aplicar, de manera fundamentada y argumentada, los principios fisiológicos, biomecánicos, comportamentales y sociales, en la planificación, dirección y puesta en práctica de actividades físico-deportivas recreativas.		
RESULTADO DE APRENDIZAJE		INDICADORES (Mínimos en Mayúsculas)	TEMAS RELACIONADOS
1º	- Ser capaz de identificar los servicios y productos deportivos. (2)	-IDENTIFICA LA LA TIPOLOGIA DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS. -RECONOCE EL VALOR DE LOS PRODUCTOS DEPORTIVOS. -ADOPTA CRITERIOS FUNCIONALES EN LOS SERVICIOS DEPORTIVOS. -Diferencia las funciones de los servicios y de los productos deportivos. -Establece tipologías de clientes para los servicios y productos deportivos.	tema 1
2º	- Ser capaz de analizar y planificar los servicios o productos deportivos en función del cliente. (4)	-CONOCE LOS GRUPOS DE CLIENTES HABITUALES DE LAS ORGANIZACIONES DEPORTIVAS. -Domina los hábitos de los grupos de clientes de los servicios y productos deportivos. -Domina los recursos necesarios para la planificación de los servicios deportivos.	Tema 2



3º	- Proponer de forma coherente estrategias comerciales. (6)	-IDENTIFICA LA GAMA DE PRECIOS, EL POSICIONAMIENTO Y LA PROMOCION DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DEPORTIVOS. -Analiza estrategias de captación nuevos clientes. -Reconoce estrategias de fidelización de l cliente del servicio deportivo.	Tema 3, 4
4º	- Ser capaz de desarrollar planes de marketing para Organizaciones Deportivas. (8)	-PLANIFICA LAS ACCIONES DEL PLAN DE MARKETING DE UN SERVICIO O PRODUCTO DEPORTIVO. - Valora los costes de la promocion. - Identifica los envases del producto o servicio. - Identifica clientes objetivos. -Conoce la importancia de la ubicación de los servicios o productos deportivos.	Tema 6

DESARROLLO DE LOS TEMAS DE LA ASIGNATURA:

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte	Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional
DESCRIPCIÓN GENERAL Y OBSERVACIONES:	La asignatura se desarrollará a través de una metodología expositiva (fundamentalmente al comienzo de cada tema), con participación activa de los alumnos. Del mismo modo, las exposiciones se verán complementadas con actividades de aplicación y reflexión sobre supuestos prácticos. Asimismo se trabajará de manera cooperativa y se realizarán las oportunas presentaciones y exposiciones por parte de los alumnos.		



METODOLOGÍA	ACTIVIDADES FORMATIVAS		TEMAS
	PRESENCIALES	NO PRESENCIALES	
Método Expositivo	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición del profesor con participación activa de estudiantes - Exposición de estudiantes supervisada 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo personal - Tutorías individuales y colectivas - Trabajo dirigido grupal - Lecturas, análisis documentación, búsqueda bibliográfica 	Tema 1, Tema 2, Tema 3, Tema 4, Tema 5, Tema 6, (Parte Teórica)
Estudio de Casos	<ul style="list-style-type: none"> - Supuestos prácticos - Prácticas de observación* visitas guiadas - Trabajos de reflexión 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo dirigido grupal - Trabajo personal - Lecturas, análisis documentación, búsqueda bibliográfica - Trabajo de reflexión - Tutorías individuales y colectivas 	Tema 2, Tema 3, Tema 4, Tema 5
Aprendizaje Cooperativo	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajos dirigidos grupales - Análisis de documentos - Supuestos prácticos - Trabajo de observación - Debates dirigidos 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo dirigido grupal - Trabajo personal - Lecturas, análisis documentación, búsqueda bibliográfica - Trabajo de observación - Trabajo de reflexión - Tutorías individuales y colectivas 	Tema 2, Tema 3, Tema 4, Tema 5
Aprendizaje Dialogado	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas y análisis de documentos - Debates dirigidos - Trabajo de reflexión - Trabajo de observación - Resolución de problemas - Supuestos prácticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo dirigido grupal - Trabajo personal - Trabajo de reflexión - Trabajo de observación - Tutorías individuales y colectivas 	Tema 1, Tema 6

**DISTRIBUCIÓN Y CUANTIFICACIÓN DEL TRABAJO:**

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte			Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional	
Horas presenciales:	Teóricas:	Prácticas:	Exámenes:		Totales:	
	36	20	4		60	
Horas no presenciales:	Trabajo Autónomo	Trabajo Tutorizado	Preparación Exámenes	Exámenes (on-line)	Totales:	
	30	45	15		90	
Total Volumen de Trabajo (horas)	150		Total créditos ECTS		6	

CALENDARIO DE TRABAJO (Distribución de los Temas por semanas dentro del semestre)

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte			Módulo:	Gestión y Recreación Deportiva	
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	
Temas	1	1	2	2	3	
Act. Formativas	Exposición profesor Debate dirigido Trabajo reflexión	Exposición profesor - Debate dirigido - Trabajo reflexión - Supuestos prácticos	- Exposición profesor con participación activa de estudiantes - Debate dirigido - Trabajo reflexión - Elección del área de organización deportiva en que se harán los trabajos dirigidos grupales	Exposición profesor - Lectura y análisis documentos - Trabajo reflexión - Exposición estudiantes	Exposición profesor con participación activa estudiantes - Análisis documentos - Trabajo reflexión - Supuestos prácticos - trabajo grupal de resolución del problema de elección de la entidad a analizar	
Act. Evaluación		Práctica nº1 Cliente externo e interno de Entidades deportivas Cuestionario de satisfacción	tutorías grupales Formación grupos	Práctica nº 2 Segmentación del mercado de un gimnasio	tutorías grupales Elección área y entidad del trabajo	



	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10
Temas	3	4	4	5	5
Act. Formativas	Exposición profesor Debate dirigido Trabajo reflexión	- Exposición profesor con participación activa de estudiantes - trabajo grupal de primera fase: búsqueda de la información	Exposición profesor Debate dirigido Trabajo reflexión	- Exposición profesor con participación activa de estudiantes - Debate dirigido - Trabajo reflexión - Supuestos prácticos	
Act. Evaluación	Practica nº3 las 4 P del servicio/producto deportivo			Practica nº 4 Valoración de la atención al cliente	
	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15
Temas	5	6	6	1 al 6	1 al 6
Act. Formativas	- Exposición profesor con participación activa de estudiantes - Debate dirigido - Trabajo reflexión	Exposición profesor - Debate dirigido - Trabajo reflexión - Supuestos prácticos	- Exposición profesor con participación activa de estudiantes - Debate dirigido - Trabajo reflexión	- Exposición del profesor con participación activa de estudiantes - Exposición de estudiantes supervisada	- Exposición del profesor con participación activa de estudiantes - Exposición de estudiantes supervisada
Act. Evaluación	Practica nº 5 Espacios publicitarios e impactos		Entrega del trabajo por escrito	Exposición de trabajos	Exposición de trabajos- Prueba de Asimilación
OBSERVACIONES :	<ul style="list-style-type: none"> - Existen UNOS TRABAJOS EN GRUPO que deben presentar todos los alumnos. - Semana 13ª entrega del trabajo por escrito - Semana 14ª y 15ª exposición del trabajo en grupo. 				

**EVALUACIÓN Y SISTEMA DE CALIFICACIÓN:**

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte	Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional
Método de Evaluación: Descripción de las actividades de evaluación.			
Se podrá elegir entre DOS OPCIONES:			
1.- FORMATIVA (continua) - MIXTA: en la que pesará fundamentalmente el trabajo realizado durante el curso, a la que se añadirá un examen o prueba de asimilación de contenidos (de menor peso que el resto).			
2.- SUMATIVA: un examen final o prueba de asimilación.			
Sistema de Calificación: Distribución porcentual de los aspectos de calificación.			Porcentaje
EVALUACION FORMATIVA (Continua) Ó MIXTA	PRACTICAS EN CLASE		20 %
	TRABAJO EN GRUPOS COOPERATIVO		40 %
	PRUEBAS DE EVALUACIÓN OBJETIVA		40 %
	TOTAL EVALUACION FORMATIVA – MIXTA (100%)		100 %
EVALUACIÓN SUMATIVA (Final)	PRUEBA DE EVALUACIÓN OBJETIVA		100 %
	TOTAL EVALUACION SUMATIVA (100%)		100 %
OBSERVACIONES :	<p>La opción formativa-mixta NO SERÁ POSIBLE cuando:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las faltas de asistencia a clase SUPEREN EL 10% del total de sesiones. - Las faltas de asistencia a tutorías convocadas para grupo superen más de una tutoría - No se entreguen los trabajos PRÁCTICOS en la fecha exigida (en MÁS DE UNA ocasión). - No se haya cumplido con alguno de los apartados de este tipo de evaluación. 		



RECURSOS DIDÁCTICOS A UTILIZAR:

Asignatura:	Marketing de la Actividad Física y de Deporte	Módulo:	Itinerario de Orientación Profesional
MATERIAL DE ESTUDIO.	<ul style="list-style-type: none">- Bibliografía indicada en la ficha técnica disponible en biblioteca- Material elaborado en clase.		
EQUIPAMIENTO, AULAS E INSTALACIONES.	<ul style="list-style-type: none">- Aplicaciones informáticas y medios audiovisuales a manejar.- Aula con posibilidad de modificar su distribución para las prácticas en clase.- Posibilidad de visitas a instalaciones deportivas, o eventos deportivos.		
ESPACIOS DE TRABAJO NO PRESENCIAL	<ul style="list-style-type: none">- Salas de Informática.- Aulas de trabajo en grupo		