Información de la asignatura

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

Facultad: Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte

Código: 280315 **Nombre:** Marketing Deportivo

Créditos: 6,00 **ECTS Curso:** 3 **Semestre:** 2

Módulo: 3) Módulo de Formación Obligatoria Específica.

Materia: Organización y dirección deportiva. **Carácter:** Obligatoria

Rama de conocimiento: Ciencias de la Salud

Departamento: Dirección Deportiva y Didáctica de la Actividad Física

Tipo de enseñanza: Presencial

Lengua/-s en las que se imparte: Castellano

Profesorado:

283A	Eduardo Mata Varea **(Profesor responsable)**	eduardo.mata@ucv.es
	Albert Valero Perez	albert.valero@ucv.es
	Edgar Cabrera Bustos	edgar.cabrera@ucv.es
	Jose Antonio Mateu Valdeolivas	ja.mateu@ucv.es
283B	Jaime Tortosa Grobas **(Profesor responsable)**	jaime.tortosa@ucv.es
	Albert Valero Perez	albert.valero@ucv.es
	Edgar Cabrera Bustos	edgar.cabrera@ucv.es

283B	Jose Antonio Mateu Valdeolivas	ja.mateu@ucv.es
283C	Jaime Tortosa Grobas **(Profesor responsable)**	jaime.tortosa@ucv.es
	Albert Valero Perez	albert.valero@ucv.es
	Edgar Cabrera Bustos	edgar.cabrera@ucv.es
	Jose Antonio Mateu Valdeolivas	ja.mateu@ucv.es
283D	Eduardo Mata Varea **(Profesor responsable)**	eduardo.mata@ucv.es
	Albert Valero Perez	albert.valero@ucv.es
	Edgar Cabrera Bustos	edgar.cabrera@ucv.es
	Jose Antonio Mateu Valdeolivas	ja.mateu@ucv.es
283X	Eduardo Mata Varea **(Profesor responsable)**	eduardo.mata@ucv.es
	Albert Valero Perez	albert.valero@ucv.es
	Edgar Cabrera Bustos	edgar.cabrera@ucv.es
	Jose Antonio Mateu Valdeolivas	ja.mateu@ucv.es

Organización del módulo

3) Módulo de Formación Obligatoria Específica.

Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Curso/semestre
Actividad física y ejercicio físico para la salud y con poblaciones especiales	12,00	Actividad Física y Salud	6,00	3/1
		Prescripción y Programas de Estilos de Vida Saludables	6,00	4/1
Ejercicio físico, condición física y entrenamiento físico deportivo.	18,00	Planificación y Metodología del Entrenamiento en la A.F.	6,00	3/2
		Prevención y Readaptación de Lesiones en la A.F.	6,00	4/1
		Valoración de la Condición Biológica	6,00	3/1
Enseñanza de la Educación Física y Deporte.	18,00	Didáctica y Metodología de las Actividades Físicas y Deportivas	6,00	3/1
		Diseño, Evaluación e Intervención de Programas Educativos	6,00	4/1
		Moral Social y Deontología Profesional	6,00	4/1
Organización y dirección deportiva.	12,00	Marketing Deportivo	6,00	3/2
		Planificación y Organización Deportiva	6,00	3/1

Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante deberá demostrar haber adquirido los siguientes resultados de aprendizaje:

R1 Analizar el macroentorno y el microentorno de una organización deportiva.

R2 Diseñar un proyecto de investigación sobre las necesidades y deseos de los clientes potenciales de una organización deportiva mediante la elaboración de una encuesta de mercado.

R3 Estimar los costes e ingresos del proyecto de comunicación.

R4 Resolver problemas y tomar decisiones con eficacia comercial y ética profesional en función de diferentes situaciones de una organización deportiva.

Competencias

En función de los resultados de aprendizaje de la asignatura las competencias a las que contribuye son: (valora de 1 a 4 siendo 4 la puntuación más alta)

	Ponderación			
	1	2	3	4

Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
R1, R2, R3, R4	40,00%	Pruebas escritas y/o practicas.
R2, R3, R4	30,00%	Ejercicios y Prácticas en el Aula.
R1, R2, R3, R4	30,00%	Trabajo autónomo no Presencial.

Observaciones

El alumno podrá conservar los instrumentos de evaluación superados durante los 3 años siguientes a la primera matrícula.
Es necesario obtener un 50% en las pruebas escritas/orales y/o prácticas. En caso de no cumplir con este criterio se calificará al alumno con un máximo de 4,5.
Esta asignatura NO es susceptible de solicitud de evaluación única a tenor de lo indicado en el artículo 10.3 de la NORMATIVA GENERAL DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS OFICIALES Y TÍTULOS PROPIOS DE LA UCV.
OTRAS ACLARACIONES
La explicación detallada (procedimiento para los trabajos) así como las herramientas de evaluación (planillas o rúbricas) de cada apartado estarán colgadas en plataforma de cada grupo a disposición del alumno.
Pruebas escritas/orales y/o prácticas
Examen único final. Tipo test de respuestas múltiples y 2-5 preguntas de respuesta corta. Sistema de penalización estándar*. Se puede recuperar en la convocatoria correspondiente con una nueva prueba de similares características. Calificación mínima de 5 para que haga media. Los contenidos evaluables en dicho examen son:
·Todos los contenidos teóricos impartidos en clase (dispositivas, explicaciones del profesor, prácticas de aula y documentos).
·Los contenidos de la plataforma de formación (lecturas, artículos, cuestionarios y otros).
·Los contenidos indicados por el profesor (artículos, capítulos de libros…).
·Los contenidos completados por el alumno con la bibliografía consultada.
Participación activa
Las prácticas de aula y la participación en clase se calificarán mediante la realización actividades y cuestionarios presenciales. Estos cuestionarios tendrán un caracter competitivo, que consiste en reparto de los puntos para los que han acertado. Sólo se puede recuperar mediante el mismo sistema, lo que impide su recuperación entre convocatorias del mismo año.

Trabajo autónomo.
Consiste en la realización de 2 tipos de pruebas:
- Cuestionarios y entregas de actividades a través de la plataforma docente, de forma no presencial. Se puede recuperar en la segunda convocaotria mediante la realizacion de nuevos cuestionarios que el alumno deberá solicitar con una antelacion superior a 10 días de la fecha oficial de examen.
- Desarrollo en grupo de una encuesta elaborada por los alumnos de forma autónoma, cuyos resultados serán presentados y evaluados en clase. Se puede recuperar en la segunda convocaotria mediante la realizacion y presentación en grupo o individual de una nueva encuesta. El alumno deberá solicitar su recuperación con una antelacion superior a 10 días de la fecha oficial de examen.

***Sistema de penalización estándar**
Sin opciones = No restan; 2 opciones = 1 mal resta el 100%, 3 opciones = 1 mal resta el 50%, 4 opciones = 1 mal resta el 33,3%, 5 opciones = 1 mal resta el 25%, 6 opciones = 1 mal resta el 20%.

Uso de herramientas de Inteligencia Artificial en la titulación de CAFD

En el Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CAFD), el uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) se permite de forma complementaria y responsable, siempre que contribuya al aprendizaje activo, al desarrollo del pensamiento crítico y a la mejora de las competencias profesionales del estudiante. En ningún caso la IA debe sustituir el esfuerzo personal, la práctica directa ni la reflexión autónoma, pilares fundamentales de esta titulación.

Se permite el uso de la IA para:

·Obtener explicaciones alternativas sobre conceptos teóricos o metodológicos.

·Generar esquemas, mapas conceptuales o resúmenes como apoyo al estudio.

·Simular entrevistas, cuestionarios o sesiones de entrenamiento como parte de prácticas metodológicas o de investigación.

·Recibir retroalimentación sobre la redacción de informes, siempre que el contenido original sea del estudiante.

·Apoyar la búsqueda de bibliografía o referencias científicas, contrastando siempre con fuentes académicas fiables y reales, y respetando la normativa de presentación de trabajos universitarios CAFD.

No se permite el uso de la IA para:

·Redactar secciones completas de trabajos académicos, ejercicios y prácticas de aula, informes de prácticas, diarios o portafolios, así como del Trabajo Fin de Grado.

·Formular hipótesis, objetivos o conclusiones de trabajos académicos.

·Sustituir el análisis cualitativo o cuantitativo de datos por herramientas automáticas sin validación humana.

·Generar vídeos, presentaciones o avatares con IA como sustituto de la exposición oral o práctica del estudiante.

·Obtener respuestas automáticas a pruebas, rúbricas o actividades evaluables mediante el uso de IA.

Criterios de cita y atribución:

·Toda utilización de herramientas de IA deberá ser declarada explícitamente en el documento entregado (por ejemplo, en una nota al pie o en un anexo).

·Se indicará el nombre de la herramienta, el propósito de uso (ej. revisión gramatical, organización de ideas, simulación de entrevista) y en qué parte del trabajo se ha empleado.

·El uso responsable de la IA será considerado dentro de los criterios de originalidad, honestidad académica y competencia digital.

Recomendaciones adicionales:

Se anima al alumnado a alternar el uso de IA con métodos tradicionales (resolución manual de problemas, diseño de sesiones prácticas, observación directa, etc.) para garantizar el desarrollo integral de sus capacidades.

Ante cualquier duda sobre el uso permitido de IA en una actividad concreta, el estudiante deberá consultar al profesorado responsable de la asignatura.

Actividades formativas

Las metodologías que emplearemos para que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura serán:

M1 Asistencia a prácticas.

M2 Resolución de problemas y casos.

M3 Discusión en pequeños grupos.

M4 Prácticas laboratorios.

M5 Exposición de contenidos por parte del profesor.

M6 Clase práctica.

M7 Dinámicas y actividades en grupo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
CLASE TEÓRICA: Exposición de contenidos por parte del profesor. Análisis de competencias. Demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula. M2, M5	R1, R2, R3	20,00	0,80
CLASE PRÁCTICA / SEMINARIO: Dinámicas y actividades en grupo. Resolución de problemas y casos. Prácticas laboratorios. Búsqueda de datos, aula informática, biblioteca, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del estudiante. M1, M3, M4, M6, M7	R1, R2, R3, R4	32,00	1,28
EVALUACION: Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación del alumno, incluyendo la presentación oral del trabajo fin de grado. M2	R2, R4	4,00	0,16
TUTORIA: Supervisión del aprendizaje, evolución. Discusión en pequeños grupos. Resolución de problemas y casos. Presentación de resultados ante el profesor. Presentación de esquemas e índices de los trabajos propuestos. M2, M3	R1, R2, R3, R4	4,00	0,16
TOTAL		**60,00**	**2,40**

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
TRABAJO EN GRUPO: Resolución de problemas. Preparación de ejercicios, trabajos memorias, para exponer o entregar en clases y /o en tutoría. M2, M3, M7	R1, R2, R3, R4	20,00	0,80
TRABAJO AUTÓNOMO: Estudio, Preparación individual de ejercicios, trabajos, memorias, para exponer o entregar en clases y /o en tutoría. Actividades en plataforma u otros espacios virtuales. M2	R2, R3, R4	70,00	2,80
TOTAL		**90,00**	**3,60**

Descripción de los contenidos

Descripción de contenidos necesarios para la adquisición de los resultados de aprendizaje.

Contenidos teóricos:

Bloque de contenido	Contenidos
1. Introducción al Marketing Deportivo	Introducción a los conceptos relacionados con mercado, publicidad, venta, cliente, cliente objetivo...
2. Estudio del mercado deportivo: competencia, producto y cliente objetivo	En este apartado nos centramos en analizar mediante herramientas sociométricas y cualitativas la opinión, deseos y expectativas de los clientes y clientes potenciales sobre su consumo actual y futuro.
3. Creación y diseño de la estrategia de marketing	Se centra en la elaboración de objetivos y planes de acción para la selección de mercados, análisis de la competencia y estrategia de precios y productos.
4. Herramientas, medios y sistemas de comunicación. Plan de comunicación	Se centra en la presentación de las diferentes herramientas y recursos para la comunicación y la publicidad: online y offline.
5. Evaluación de la estrategia de marketing y del plan de comunicación	Se centra en conocer y dominar las diferentes herramientas de medición y evaluación de los resultados del plan de comunicación

Organización temporal del aprendizaje:

Bloque de contenido	Nº Sesiones	Horas
1. Introducción al Marketing Deportivo	5,00	10,00
2. Estudio del mercado deportivo: competencia, producto y cliente objetivo	7,00	14,00
3. Creación y diseño de la estrategia de marketing	4,00	8,00
4. Herramientas, medios y sistemas de comunicación. Plan de comunicación	12,00	24,00
5. Evaluación de la estrategia de marketing y del plan de comunicación	2,00	4,00

Referencias

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:
Esteban, Á. (1997). Principios de marketing [Texto impreso]. Esic.
Lambin, J.J. (1995). Marketing estratégico. McGraw-Hill
Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (1995). Marketing deportivo (1a ed). Paidotribo.
Nardi, M., Gambau, V., & Ferrand, A. C. (2012). Marketing en el fitness: gestión de servicios deportivos. Paidotribo.
Sánchez-Buján, P. (2000). Marketing deportivo: la clave del éxito en la gestión de los centros de actividades físico-deportivas y recreativas. Dirección General de Deportes.
Sánchez-Martín, J. (2013). La fidelización en los centros deportivos: diferénciate, cuida a tus clientes (1a ed.). UOC.
Somalo, I. (2011) Marketing online y comunicación digital. Wolters Klower
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:
Acosta, R. (1999). Dirección, gestión y administración de las organizaciones deportivas. Paidotribo
Calabuig, F., Molina, N., & Núñez, J. (2012). Una aplicación inicial del modelo tridimensional de calidad de servicio en centros deportivos privados. E-balonmano. com: Revista de Ciencias del Deporte, 8(1), 67–81.
Calabuig, F., Quintanilla, I., & Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte., 4(10), 25–43. http://doi.org/10.5232/ricyde
Cherubini, S. (1997). Il marketing sportivo. Analisi, strategie, strumenti. Franco Angeli.
Colaço, C. (2010). El marketing como instrumento de éxito y búsqueda de mercado, instrumento de marketing. En Área de gestión y dirección deportiva (Vol. 5, p. 112). http://doi.org/1696-5043
FACUA. (2011). Comparativa de precios y servicios en los gimansios españoles. (Boletín No. 732). Facua.org: Federación de consumidores en acción. Recuperado a partir de http://www.facua.org/es/estudio.php?Id=42
Flynn, B. B., Schroeder, R. G., & Sakakibara, S. (1995). The Impact of Quality Management Practices on Performance and Competitive Advantage. Decision Sciences, 26(5), 659-691. http://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1995.tb01445.x
García, J., Bernal, A., Lara, A., & Galán, P. (2013). La calidad percibida de servicio y su influencia en la fidelidad de usuarios mayores en centros de fitness públicos. Escritos de Psicología (Internet), 6(2), 26-34. http://doi.org/10.5231/psy.writ.2013.2206
García, J., Fernández, J., & Bernal, A. (2014). Perceived quality and loyalty in low-cost fitness center clients. Suma Psicológica, 21(2), 123–130.
García, J., & Pires, F. (2010). Fidelización de usuarios mayores en centros de fitness: Gestión de clientes por programas de actividad física. RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación, (17), 103–106.
Garcia-Fernandez, J., Bernal-Garcia, A., Fernandez-Gavira, J., & Velez-Colon, L. (2014). Analysis

of existing literature on management and marketing of the fitness centre industry. South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation, 36(3), 75–91.
Granada, I. (2003) Una aproximación a los mercados de actividades físico deportivas. Encuentros multidisciplinares, Vol. 5, 14, 13-20
Imbroda, J. (2014). Gestión deportiva. Análisis de fidelización y la satisfacción del usuario de centros deportivos (Tesis doctoral). Universidad de Málaga.
Kotler, P., & Meller, K. L. (2006). Dirección de marketing (12a ed). Pearson Prentice Hall.
Peppers, D., & Rogers, M. (2011). Managing Customer Relationships: A Strategic Framework (2.a ed.). Hoboken, N.J: Wiley John & Sons.
Reichheld, F. F. (2002). El Efecto lealtad : crecimiento, beneficios y valor último (2a). Ariel.
Ial-Boubeta, J., Varela-Mallou, J., & Rial-Boubeta, A. (2010). Modelización y medida de la Calidad Percibida en centros deportivos: la escala QSport-10. RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte, 6(18), 57-73. http://doi.org/10.5232/ricyde2010.01804
Sánchez-Martín, J. (2014). Cómo aumentar los ingresos en los centros deportivos sin exprimir a los clientes. UOC.