



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Dirección, Gestión y Organización de Eventos Deportivos

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso Experto en Dirección, Gestión y Organización de Eventos Deportivos

duración total: 450 horas

horas teleformación: 225 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

La industria deportiva es sinónimo de sector en auge. La fuerte demanda de productos y servicios deportivos generan grandes oportunidades de negocio para pymes y grandes empresas. A este desarrollo, le acompaña la explosión del medio online, y uso de este por parte de los clientes potenciales. Desarrollar una estrategia de marketing de éxito en cualquier centro deportivo, va unida a la necesidad de entender el medio online y los nuevos perfiles de consumidores. Debido a la alta competencia en el sector, el Responsable del Canal Online se ve obligado a desarrollar estrategias de marketing relacional, que permita aumentar el valor diferencial y optimizar las ventas.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Analizar la importancia del marketing estratégico en el desarrollo de la empresa.
- Adquirir los conocimientos y aplicar técnicas de marketing relacional que ayuden a aumentar las ventas.
- Mejorar el grado de satisfacción de los clientes de centros deportivos.
- Aprender a planificar eventos de carácter deportivo.
- Conocer las ventajas del marketing digital aplicadas al sector deportivo.
- Aplicar las principales estrategias de marketing a determinados servicios deportivos.

para qué te prepara

El Curso Experto en Dirección, Gestión y Organización de Eventos Deportivos te formará y preparará para gestionar la estrategia de marketing online de centros deportivos. Tras finalizar la formación, desarrollarás los conocimientos necesarios para aplicar las ventajas del marketing digital al sector deportivo. Gracias al plan de marketing digital en la actividad deportiva, se logrará mejorar las relaciones con los clientes actuales y atraer nuevos clientes potenciales mejorando la posición competitiva de la empresa.

salidas laborales

El Curso Experto en Dirección, Gestión y Organización de Eventos Deportivos o de INESEM te capacita para trabajar como Experto en Marketing Online en el Departamento de Marketing de centros deportivos, Especialista en marketing de relaciones ayudando a la empresa a mejorar los ratios de fidelidad y ventas, Promotor de productos deportivos y captación leads, Líder de proyectos online en la industria del deporte.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Dirección Estratégica para Entidades Deportivas'
- Manual teórico 'Gestión de e-Sports. Eventos y Competiciones'
- Manual teórico 'Marketing y Social Media en el Deporte'
- Manual teórico 'Sport Management'
- Manual teórico 'Organización de Eventos Deportivos'



+ Información Gratis

profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio.

Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

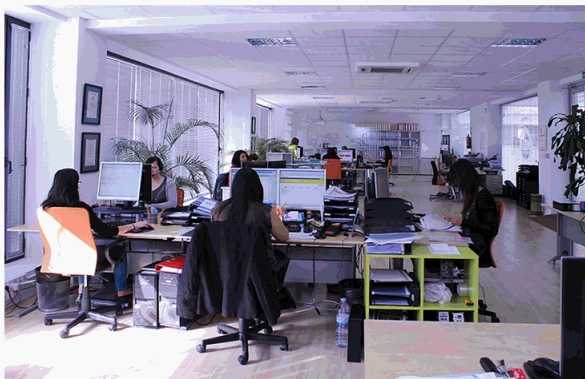
El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA ENTIDADES DEPORTIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1. Definición de Gestión en el contexto empresarial
2. Diferencia entre la Gestión Tradicional y la Gestión por Procesos
3. Clasificación de los Procesos
4. Principios de la Gestión por Procesos
5. Modelado de Procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Visión, misión y valores empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo
3. Disponibilidad de recursos
4. Control y evaluación de resultados
5. Inicio de ajustes correctivos
6. Cuadro de mando integral
7. Inicio de ajustes correctivos

8. Cuadro de mando integral

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN EL DEPORTE

1. Diagnóstico estratégico en el deporte
2. Estrategias en la gestión del deporte
3. Implementación de la estrategia deportiva
4. Control y evaluación en la estrategia deportiva

MÓDULO 2. SPORT MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Sociedad y deporte
2. Carta verde del deporte
3. España y las instalaciones deportivas
4. Centros educativos y actividades deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES EN LA GESTIÓN DE ESPACIOS

1. Conceptos básicos
2. Requisitos principales y condiciones del espacio
3. Requisitos principales y condiciones del espacio destinado como aparcamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REQUISITOS DE LOS ESPACIOS DEPORTIVOS

1. Las instalaciones acuáticas
2. Las pistas deportivas
3. Los campos de juego

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS ESPACIOS COMPLEMENTARIOS

1. Entrada y recepción a instalaciones deportivas
2. Ubicación y características de la recepción
3. Accesos y movilidad
4. Características y requisitos de espacios destinados al aseo y sanitarios
5. Características y requisitos de las gradas
6. Características y requisitos referentes a la accesibilidad
7. Las barreras arquitectónicas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPIOS Y FUNCIONES DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. La planificación
2. Fases de la planificación
3. Principios básicos en el diseño de instalaciones deportivas
4. Necesidades y funciones en las instalaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MEJORA DE LA CALIDAD DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Diferentes etapas de una instalación deportiva
2. La gestión de instalaciones deportivas y tipos de gestión orientadas a la explotación
3. La gestión directa, indirecta y mixta
4. Búsqueda de la calidad en la gestión de instalaciones deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SOSTENIBILIDAD Y ETAPAS EN LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Principios indispensables en la sostenibilidad de una instalación deportiva
2. Certificación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS EN LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Las instalaciones deportivas en función de la economía
2. La gestión indirecta como tendencia en España
3. Las instalaciones deportivas desde un punto de vista urbanístico
4. Instalaciones públicas y privadas. Régimen de acceso
5. Sostenibilidad de instalaciones deportivas manteniendo la calidad

MÓDULO 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREPARACIÓN DE EVENTOS

- 1.La reunión y sus tipos
- 2.Diferentes tipos de reuniones atendiendo a sus características
- 3.Conceptos básicos y terminología
- 4.Requisitos a tener en cuenta en la preparación de reuniones
- 5.Principales fases de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS, REQUERIMIENTOS Y GESTIÓN DE EVENTOS

- 1.Clasificación de los diferentes tipos de eventos
- 2.Cómo organizar un evento
- 3.Requerimientos indispensables en la contratación del servicio
- 4.Gestión económica. Pagos y cobros

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS

- 1.Las relaciones públicas. Concepto y principales funciones
- 2.La campaña de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DISEÑO Y ELABORACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

- 1.Protocolos y homenajes
- 2.Principios fundamentales en la gestión de un evento deportivo
- 3.El marketing en la organización de eventos deportivos
- 4.Cómo elaborar presupuestos
- 5.Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y PROCESOS EN LA GESTIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

- 1.El plan estratégico
- 2.La planificación y sus fases
- 3.Fines, objetivos y metas de la planificación deportiva
- 4.La planificación temporal y geográfica
- 5.Protocolo de planificación
- 6.Gestión del deporte y uso de instalaciones
- 7.Oferta y demanda
- 8.Características del proyecto deportivo
- 9.La importancia de una buena dirección de proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DEPORTIVAS

- 1.Funciones de la dirección
- 2.Funciones de la subdirección
- 3.Funciones del departamento de mantenimiento de infraestructuras
- 4.Funciones de la subdirección de proyectos
- 5.Funciones del departamento de seguimiento
- 6.Funciones de la subdirección de administración y finanzas
- 7.Funciones del departamento de recursos materiales
- 8.Funciones del departamento de recursos financieros
- 9.Funciones del departamento de recursos humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD Y PATROCINIO DE EVENTOS DEPORTIVOS

- 1.Los medios de patrocinio deportivo
- 2.Los medios de patrocinio deportivo en España
- 3.La publicidad de eventos deportivos
- 4.La oferta de patrocinio
- 5.Requisitos de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS BENEFICIOS Y REPERCUSIONES DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

DEPORTIVOS

1. Aportaciones socioeconómicas y mejoras en los espacios de realización de eventos
2. Aspectos beneficiosos de la realización de eventos desde un punto de vista sociopolítico
3. Repercusión de la realización de eventos deportivos

MÓDULO 4. MARKETING Y SOCIAL MEDIA EN EL DEPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1. Las 4F's del Marketing Online
2. Formas del Marketing Online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DEPORTIVO

1. Intercambio de bienes deportivos
2. Consumo de espectáculo deportivo
3. Estrategias de marketing de los ofertantes de servicios deportivos
4. Ciclo de vida y especificidad de un servicio deportivo
5. Política de comunicación deportiva

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas

- 3.Creación de contenido
- 4.Uso de Hashtags
- 5.Instagram Stories
- 6.Herramientas creativas
- 7.Colaboración con influencers
- 8.Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TWITTER

- 1.Introducción a Twitter
- 2.Elementos básicos de Twitter
- 3.Twitter para empresas
- 4.Servicio de atención al cliente a través de Twitter
- 5.Contenidos
- 6.Uso de Hashtags y Trending Topic
- 7.Twitter Analytics
- 8.TweetDeck
- 9.Audiense
- 10.Hootsuite
- 11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE LINKEDIN

- 1.Introducción a LinkedIn
- 2.Linkedin para empresas
- 3.Creación de perfil y optimización
- 4.Grupos
- 5.SEO para LinkedIn
- 6.Analítica en LinkedIn
- 7.Linkedin Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE YOUTUBE

- 1.Introducción a Youtube
- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios
- 9.Power Editor
- 10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

- 1.Introducción a Instagram Ads

- 2.Objetivos publicitarios
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Presupuesto
- 6.Instagram Partners
- 7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en Twitter
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Creación de campañas y optimización
- 6.Twitter Cards
- 7.Instalación código de seguimiento
- 8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

- 1.Introducción a LinkedIn Ads
- 2.Formatos de anuncios
- 3.Objetivos publicitarios
- 4.Creación de campañas
- 5.Segmentación
- 6.Presupuesto
- 7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1.Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2.Youtube y Google Adwords
- 3.Tipos de anuncios en Youtube
- 4.Campañas publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5.Creación de anuncios desde Youtube

MÓDULO 5. GESTIÓN DE E-SPORTS. EVENTOS Y COMPETICIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS EVENTOS Y COMPETICIONES EN E-SPORTS

- 1.Repercusión de la realización de eventos deportivos
- 2.Posibilidades turísticas de los eSports
- 3.Tendencias del turismo dentro de los eSports
- 4.Importancia de los eventos para la comunidad
- 5.La preparación de los eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVENTOS Y COMPETICIONES DE E-SPORTS REGIONALES

- 1.League of Legends European Championship (LEC)
- 2.League of Legends Championship Series (LCS)
- 3.League of Legends Champions Korea (LCK)
- 4.League of Legends Pro League (LPL)
- 5.League of Legends Masters Series (LMS) y Sureste Asiático (LST)
- 6.Otras regiones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVENTOS Y COMPETICIONES DE E-SPORTS NACIONALES

- 1.LVP: Playstation League y Superliga Orange
- 2.Eventos de la ESL
- 3.GAME Stadium
- 4.VFO, la liga de FIFA
- 5.DreamHack

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVENTOS Y COMPETICIONES DE E-SPORTS GLOBALES

- 1.Intel Extreme Masters
- 2.League of Legends
- 3.Counter Strike
- 4.Hearthstone
- 5.Overwatch