

**Máster en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5 Créditos ECTS**





**Elige aprender en la escuela  
líder en formación para profesionales**

# ÍNDICE

**1 |** Somos INESEM

**2 |** Rankings

**3 |** Alianzas y acreditaciones

**4 |** By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5 |** Metodología  
LXP

**6 |** Razones por las  
que elegir  
Inesem

**7 |** Programa  
Formativo

**8 |** Temario

**9 |** Contacto

## SOMOS INESEM

---

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de  
**18**  
años de  
experiencia

Más de  
**300k**  
estudiantes  
formados

Más de un  
**90%**  
tasa de  
empleabilidad

Hasta un  
**100%**  
de financiación

Hasta un  
**50%**  
de los estudiantes  
repite

Hasta un  
**25%**  
de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)



A way to learn, a way to grow  
**Elige Inesem**



**QS, sello de excelencia académica**  
Inesem: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---

### Relaciones institucionales



### Relaciones internacionales



### Acreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

## BY EDUCA EDTECH

---

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



[Ver en la web](#)



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

---

### 1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de 18 años de experiencia.
- ✓ Más de 300.000 alumnos ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ 25% de alumnos internacionales.
- ✓ 97% de satisfacción
- ✓ 100% lo recomiendan.
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

### 3. Nuestra Metodología

#### 100% ONLINE



Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.

#### APRENDIZAJE



Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva

#### EQUIPO DOCENTE



Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



#### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

[Ver en la web](#)

## 4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por AENOR por la ISO 9001.



## 5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

[Ver en la web](#)

## Máster en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5 Créditos ECTS



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD**  
ONLINE



**ACOMPAÑAMIENTO**  
PERSONALIZADO



**CREDITOS**  
5 ECTS

### Titulación

---

#### Doble Titulación:

- Título Propio Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). “Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad.”

[Ver en la web](#)

## INESEM BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas  
expide el presente título propio

### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento X00000000 ha superado los estudios correspondientes de

### NOMBRE DEL CURSO

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/X000-X000-X00000.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

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

NOMBRE ALUMNO/A  
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE ÁREA MANAGER  
La Dirección Académica



Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNESCO (Junta. Resolución 60/2008)

- Título Propio Universitario en Community Manager expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

**NFC** | NEBRIJA  
FORMACIÓN  
CONTINUA

Don Juan Cayón Peña, Rector Magnífico de la Universidad Antonio de Nebrija,

certifica que

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

con N.º Documento X00000000

ha realizado la acción formativa de

#### NOMBRE DE ACCIÓN FORMATIVA

celebrada del al de de  
con una duración de horas y créditos ECTS

Madrid, a 27 de octubre de 2015

  
Juan Cayón Peña  
Rector

Este título ha sido realizado en el ámbito del Plan de Formación Formativo del Profesorado de la Universidad Antonio de Nebrija  
en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior.

Ver en la web

## Descripción

---

El presente máster abarca una multitud de áreas necesarias para llevar a cabo una dirección deportiva estratégica exitosa y adaptada a la nueva realidad deportiva donde confluyen los deportes en el mundo físico y los deportes electrónicos o esports. Conocerás todo el entramado fiscal, económico y legal que requiere una gestión deportiva cualificada junto con otras áreas como el dopaje, los derechos de explotación audiovisuales, la gestión de eventos deportivos o el patrocinio en el mercado de los esports. En INESEM mantenemos el compromiso firme de ofrecer a los alumnos una formación actual, competitiva y completa para afrontar todos sus retos profesionales. Por ello, tratamos de abarcar todas las áreas que las empresas del sector demandan para desarrollar sus estrategias más innovadas.

## Objetivos

---

- Establecer los principios para llevar a cabo una gestión estratégica en las organizaciones deportivas.
- Desarrollar todas las fases para organizar eventos deportivos atendiendo a patrocinadores y presupuestos.
- Conocer la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte y la normativa de los E Sports.
- Mejorar el Brand Equity de las marcas deportivas a través de la gestión de la reputación y el branding.
- Coordinar el área de relaciones públicas, patrocinio y promoción para llevar a cabo una comunicación integrada de marketing.
- Elaborar un plan de social media orientado a la captación y fidelización de seguidores de las marcas y deportistas.
- Explorar el Advergaming o el Product Placement como nuevos formatos publicitarios en los E Sports.

## Para qué te prepara

---

Los estudiantes o titulados en el área de la actividad física son los principales destinatarios de esta acción formativa. Del mismo modo, perfiles profesionales formados en administración de empresas, contabilidad y finanzas o derecho, estarán interesados en esta formación como vía para acceder al mundo de la gestión deportiva del futuro.

## A quién va dirigido

---

La revolución en la gestión del deporte está generando la demanda de perfiles profesionales versátiles que puedan desarrollar todo el entramado legal, fiscal, y de marketing tanto en deportes físicos como los de la nueva generación o e-sports que se desarrollan en el mundo online. El máster

[Ver en la web](#)

será la herramienta formativa con la que conseguir el perfil que las grandes firmas deportivas demandan en los puestos de responsabilidad dentro de sus organigramas.

## Salidas laborales

---

La irrupción de los e-sports y un marketing actual cada vez más competitivo hacen presagiar la multitud de oportunidades profesionales que los alumnos que finalicen el máster podrán tener. Más concretamente como gestores, directores, responsables de departamentos en empresas deportivas, directores de instalaciones deportivas, u organizadores de eventos deportivos o de E-Sports, Streamers, Casters, Publishers, Analistas profesionales.

[Ver en la web](#)

# TEMARIO

---

## MÓDULO 1. GESTIÓN DEPORTIVA

### 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. Estratégicas en la gestión del deporte
3. Implementación de la estrategia deportiva
4. Control y evaluación en la estrategia deportiva

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA GESTIÓN PÚBLICA Y PRIVADA DE LAS ORGANIZACIONES DEPORTIVAS

1. Nuevas claves en gestión deportiva pública
2. Mejorando la gestión pública deportiva

## MÓDULO 2. GESTIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de reuniones
5. Etapas de una reunión

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Tipos de eventos
2. Organización del evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. RELACIONES PÚBLICAS

1. Definición y Concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de Relaciones Públicas

[Ver en la web](#)

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Deporte y Protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de marketing
4. Elaboración de presupuestos
5. Creación del comité de dirección y coordinación

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DEPORTIVA

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA

1. Dirección de Infraestructura deportiva
2. Subdirección de Infraestructura deportiva
3. Departamento de mantenimiento de infraestructura
4. Subdirección de planeación y proyectos
5. Departamento de seguimiento
6. Subdirección de administración y finanzas
7. Departamento de recursos materiales
8. Departamento de recursos financieros
9. Departamento de Recursos Humanos

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PATROCINIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. La preparación de una oferta de patrocinio
5. Intereses y exigencias de los patrocinadores

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Beneficios socioeconómicos fundamentales
2. Beneficios sociopolíticos
3. La repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

## MÓDULO 3. GESTIÓN DE ESPACIOS E INSTALACIONES DEPORTIVAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

[Ver en la web](#)

1. La visión de la sociedad con respecto al deporte
2. La carta verde del deporte y sus principales elementos
3. Las instalaciones deportivas en España
4. Utilización de espacios y materiales en los centros educativos destinados a 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. Características y requisitos de las instalaciones acuáticas
2. Características y requisitos de las pistas deportivas
3. Características y requisitos de 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. Principios generales de la planificación
2. Fases de la planificación
3. Principios básicos a tener en cuenta en el diseño de instalaciones deportivas
4. Funcionalidad de instalaciones deportivas

#### 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

Ver en la web

1. La 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 4. DERECHO DEPORTIVO Y LEGISLACION E-SPORT

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LEY ESTATAL DEL DEPORTE

1. Principios generales
2. El consejo superior de deportes
3. Las asociaciones deportivas
4. De las competiciones
5. El comité olímpico y el comité paralímpico Españoles
6. El deporte de alto nivel
7. Investigación y enseñanzas deportivas
8. Control de las sustancias y métodos prohibidos en el deporte y seguridad en la práctica deportiva
9. Prevención de la violencia en los espectáculos deportivos
10. Instalaciones deportivas
11. La disciplina deportiva
12. Asamblea general del deporte
13. Conciliación extrajudicial en el deporte
14. Disposiciones adicionales
15. Disposiciones transitorias
16. Disposiciones finales

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL DEPORTE ESPAÑOL

1. El modelo deportivo español
2. El Consejo Superior de Deportes (CSD)
3. El Comité Olímpico y el Comité Paralímpico Españoles
4. Asamblea General del Deporte (ASG)
5. Programa Asociación de Deportes Olímpicos
6. Comisión Estatal contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte
7. Comité Español de Disciplina Deportiva
8. Tribunal Administrativo del Deporte (TAD)

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. SOCIEDADES, CLUBES Y ASOCIACIONES DEPORTIVAS

1. Introducción. Sociedades
2. Concepto y Carácteres
3. Constitución
4. Los órganos sociales
5. Capital social y acciones
6. Disolución y liquidación
7. Asociaciones y clubs deportivos

**UNIDAD DIDÁCTICA 4. RETRIBUCIÓN DE LOS DEPORTISTAS, DERECHOS DE IMAGEN, CONTRATOS Y CLÁUSULAS PRINCIPALES**

1. Normativa aplicable. Derechos de imagen
2. La comercialización y explotación de derechos de imagen
3. Patrocinio deportivo
4. Retribuciones de los deportistas

**UNIDAD DIDÁCTICA 5. FISCALIDAD EN EL DEPORTE**

1. El deporte ante el sistema tributario
2. Régimen tributario de los deportistas
3. Los deportistas profesionales y el IRPF
4. Los deportistas profesionales y el IRNR
5. Los deportistas profesionales y el IAE
6. Los deportistas profesionales y el IVA

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHOS AUDIO VISUALES EN EL DEPORTE**

1. La cesión de derechos
2. Los derechos audiovisuales: fuente de ingresos para las entidades deportivas
3. Derecho de retransmisión deportiva
4. Derechos de autor y conexos en el deporte
5. Protección Jurídica derechos de explotación audiovisual

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. ASPECTOS JURÍDICOS EN LA GESTIÓN DE ENTIDADES DEPORTIVAS**

1. Definición de gestión
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 8. PREVENCIÓN Y CONTROL INTERNACIONAL EN EL DOPAJE DEPORTIVO**

1. Historia del dopaje
2. Sustancias y métodos prohibidos en el deporte
3. Control y medidas disuasorias en el dopaje
4. Organismos responsables en la lucha contra el dopaje
5. Infracciones y sanciones

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. LEGISLACIÓN EN E-SPORTS: JUGADORES Y CLUBES**

1. Aspectos básicos
2. Regulación de los e-Sports en España
3. ¿Qué derechos tiene un jugador profesional de e-Sports
4. Jugadores amateurs y jugadores profesionales. ¿En qué se diferencian?
5. Legislación en e-Sports: Clubes

**UNIDAD DIDÁCTICA 10. REGULACIÓN DEPORTIVA EN LOS E-SPORTS**

[Ver en la web](#)

1. Aspectos básicos
2. Los códigos de conducta
3. Órganos disciplinarios de la Liga de Videojuegos Profesional de España y sus competencias
4. Órganos disciplinarios de la Esports Integrity Commission
5. La necesaria regulación de los e-Sports

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. DOPAJE EN E-SPORTS

1. Dopaje

### MÓDULO 5. MARKETING ESTRATÉGICO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

1. Procesos de planificación estratégica
2. El papel del marketing en la empresa
3. Análisis de situación y estrategias de marketing
4. La orientación al cliente

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4. Factores sociológicos de consumo
5. El proceso de decisión del consumidor

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2. Elementos del posicionamiento
3. Estrategias de posicionamiento
4. Fases y mapas de posicionamiento

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

1. Personalidad y estructura de marca
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas producto
4. La imagen como comunicadora
5. Reputación corporativa

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

## MÓDULO 6. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1. ¿Qué es la comunicación?
2. El marketing como raíz de la comunicación digital
3. Otros componentes del marketing
4. Comunicación Integral de Marketing (CIM)

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

1. Introducción
2. Características y objetivos de la promoción de ventas
3. La estrategia promocional
4. Las tácticas promocionales
5. La promoción de venta online
6. Medición de la eficiencia promocional

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
2. Causas del desarrollo de las relaciones públicas
3. Técnicas de relaciones públicas
4. Los eventos y las ferias
5. La comunicación en situación de crisis
6. Las relaciones públicas en Internet

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PATROCINIO

1. Concepto, causas y objetivos del patrocinio
2. Tipologías de patrocinios
3. Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO

[Ver en la web](#)

1. El marketing directo en la actualidad
2. Variables del marketing directo
3. La base de datos
4. Medios convencionales para el marketing directo
5. Marketing directo en Medios masivos

## MÓDULO 7. MARKETING EN LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Definición
2. Utilidades del marketing para las instalaciones deportivas
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Marketing y Deporte, una nueva relación
5. Planeación estratégica de las instalaciones deportivas

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y MERCADO DEPORTIVO

1. El mercado deportivo
2. Investigación de mercado
3. Política de mercado
4. El producto deportivo
5. El consumidor deportivo

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA EN EL ENTORNO DEL MARKETING

1. Conceptualización en torno a la comunicación publicitaria
2. El proceso de comunicación publicitaria en televisión

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LA INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de empresas deportivas
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. TEORIAS DE LA VENTA

1. Introducción
2. Asistencia al cliente/a
3. Como conseguir la satisfacción del cliente/a

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA PLATAFORMA COMERCIAL

Ver en la web

1. La plataforma comercial
2. Influencias en el proceso de compra
3. Tipología humana
4. Motivaciones psicológicas del consumidor/a

## MÓDULO 8. MARKETING DIGITAL DEPORTIVO

### 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 F'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

## MÓDULO 9. MARKETING DE BUSCADORES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEM

1. Introducción al SEM

Ver en la web

2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. BLOGS DEPORTIVOS

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

#### MÓDULO 10. COMMUNITY MANAGEMENT

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM
5. Atención al Cliente en Facebook
6. Atención al Cliente en Twitter
7. Atención al Cliente en Instagram

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. BLOGGING, SEO Y ANALÍTICA

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Blogs y Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Contenido inteligente

[Ver en la web](#)

## 5. Monitorización Social

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primero 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 6. 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 7. 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 8. 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

[Ver en la web](#)

9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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 11. 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 12. 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. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

### MÓDULO 11. MARKETING RELACIONAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente

[Ver en la web](#)

4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads

[Ver en la web](#)

3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

## MÓDULO 12. EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DEL VIDEOJUEGO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL VIDEOJUEGO

1. Tipos de videojuegos
2. Música en los videojuegos
3. Elementos de los videojuegos
4. Los videojuegos y su repercusión en la sociedad actual

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DE LOS VIDEOJUEGOS (AÑOS 70, 80 Y 90)

1. Antecedentes
2. Década de los 70
3. Década de los 80
4. Década de los 90

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. HISTORIA DE LOS VIDEOJUEGOS (AÑOS 2000)

1. Introducción
2. Videojuegos más importantes de la época
3. MMORPG y Emuladores
4. Motores gráficos

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. HISTORIA DE LOS VIDEOJUEGOS (2010 A ACTUALIDAD)

1. El videojuego en el mundo actual
2. La evolución del videojuego en la última década
3. Videojuegos más vendidos en los últimos años y "Players"
4. Twitch

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUTURO DE LOS VIDEOJUEGOS

1. El futuro de los e-Sport
2. El juego competitivo
3. Realidad virtual y realidad aumentada
4. Los videojuegos y el merchandising

## MÓDULO 13. MARKETING E-SPORT Y MODELOS DE NEGOCIO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS E-SPORTS

1. Los e-Sport como deporte
2. Educación y e-Sports
3. E-Sport en la actualidad

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES STAKEHOLDERS EN EL MUNDO DE LOS E-SPORTS

[Ver en la web](#)

1. Figuras importantes dentro del sector
2. Jugadores
3. Clubs
4. Publishers
5. Patrocinadores
6. Prensa y medios especializados
7. Casters y Analistas
8. Centros de aprendizaje y entrenamiento
9. Organizadores de eventos
10. Inversores
11. Figuras del mundo de la política
12. Audiencia
13. Streamers

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPACTO Y AUDIENCIA DE LOS E-SPORTS

1. La sociedad de los e-Sports
2. Plataformas y medios de difusión
3. Audiencia femenina
4. Llegar a ser historia
5. Tratamiento mediático

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. MERCADO DE NEGOCIO EN E-SPORTS

1. Ideas de negocio
2. El negocio de los e-Sports
3. Contribución a algunos negocios
4. Posibilidades del mercado de los e-Sports
5. Cómo funciona una agencia de e-sports

### MÓDULO 14. PATROCINIO Y PUBLICIDAD EN E-SPORTS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PATROCINIO EN E-SPORTS

1. Introducción al Patrocinio Deportivo
2. Fases del Patrocinio Deportivo
3. Regulación del Patrocinio en E-Sports
4. Patrocinio E-Sports
5. Tipos de Patrocinios en eSports

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PUBLICIDAD EN E-SPORTS

1. La Rentabilidad Publicitaria en e-Sports
2. Advergaming: nuevo formato publicitario
3. El Branded Content en eSports
4. El Storytelling
5. Product Placement
6. Los eSports como Estrategia Comunicativa
7. Otros Formatos publicitarios

[Ver en la web](#)

8. E-Gamers como embajadores de marca

MÓDULO 15. PROYECTO FIN DE MÁSTER

[Ver en la web](#)

## Solicita información sin compromiso

**¡Matricularme ya!**

### Teléfonos de contacto

 +34 958 050 240

### ¡Encuéntranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,  
Oficina 34, C.P. 18200, Maracena (Granada)

 [formacion.continua@inesem.es](mailto:formacion.continua@inesem.es)

 [www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

### Horario atención al cliente

Lunes a Jueves: 09:00 a 20:00

Viernes: 9:00 a 14:00

[Ver en la web](#)



**inesem**

formación continua

