
CURSO:

TÉCNICO EN MARKETING Y PROGRAMACIÓN DEPORTIVA

⇒ Duración: 200 horas

⇒ Módulos:

1. DESARROLLO DEPORTIVO MUNICIPAL
2. MARKETING EN EL DEPORTE
3. DIFUSIÓN DEL MENSAJE DEPORTIVO
4. RELACIONES PÚBLICAS EN EL DEPORTE
5. EL PERSONAL EN LAS ENTIDADES DEPORTIVAS
6. LOS CLIENTES EN LAS ENTIDADES DEPORTIVAS
7. PATROCINIO DEPORTIVO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

⇒ Contenidos:

1. DESARROLLO DEPORTIVO MUNICIPAL

El deporte municipal. La gestión económica municipal.

2. MARKETING EN EL DEPORTE

Mercado y demanda. Plan de marketing. Entorno competitivo. Segmentación y posicionamiento. Definición de estrategias y objetivos. El precio del marketing.

3. DIFUSIÓN DEL MENSAJE DEPORTIVO

El departamento de marketing. La difusión del mensaje deportivo. Cartel y publicada exterior en el deporte. Fuerza de venta y la veta personal. Habilidades sociales en el marketing.

4. LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL DEPORTE

Relaciones públicas entre las organizaciones. Relaciones con los medios de comunicación. Casos de crisis: plan preventivo de comunicación de crisis.

5. EL PERSONAL DE LAS ENTIDADES DEPORTIVAS

El personal en las entidades deportivas. Las relaciones personales en el trabajo. Formación de monitor deportivo. Motivación del personal en las entidades deportivas. Sistemas de remuneración de incentivos.

6. LOS CLIENTES EN LAS ENTIDADES DEPORTIVAS

Los clientes en las entidades deportivas. Influencia personal y líderes de opinión. Motivación y participación del cliente. Actitudes de los clientes.

7. PATROCINIO DEPORTIVO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Fundamento sobre patrocinio deportivo. Organización de centros deportivos. Ejemplos de organización de centros deportivos. Organización deportiva y calidad.
