Universitat de Girona
Fundació UdG: Innovació i Formació

Màrqueting Esportiu (ON LINE)

3a Edició
Codi: 190509
Tipologia: Màster
Crèdits: 60.00
Idioma: Espanyol
Data d'inici: 14/10/2019
Data de finalització: 30/06/2020

Horari: ON LINE
Lloc de realització: ON LINE
Places: 25

Preus i descomptes

Preu: 4.500 €

Presentació

El contingut i desenvolupament d'aquest Màster en Màrqueting Esportiu s'ajusta en tot moment a les exigències i demandes professionals del sector; són necessaris així mateix per a l'exercici professional dels titulats, bé dirigit a la direcció i gestió de departaments de màrqueting d'entitats, institucions i instal·lacions esportives, públiques o privades, o bé col·laborant en el disseny, gestió i desenvolupament d'esdeveniments esportius a qualsevol escala.
Cada vegada més, la gestió, la promoció i la comercialització de les activitats i esdeveniments esportius i d'oci requereixen professionals qualificats capaços d'oferir un servei integral i de qualitat a partir de les eines que han adquirit en completar la seva formació amb uns estudis especialitzats de Màster.

Objectius

El programa està dissenyat per procurar als estudiants tots els continguts, les competències i les eines necessàries per poder fer front a les responsabilitats en l'àmbit del màrqueting esportiu:

- Àrea de Màrqueting
  Conèixer les bases del màrqueting en la gestió de les estratègies de producte, preu, distribució i comunicació, com també la importància de la gestió de la marca.
- Àrea de Màrqueting Esportiu
  Conèixer les principals estratègies de màrqueting que s'utilitzen per promocionar les entitats o activitats esportives i d'oci, com també la importància de la gestió de la marca.
- Àrea d'Estratègies de Comercialització
  Coneixement dels instruments i tècniques per a la comercialització de productes i serveis esportius.
- Àrea de Branding
  Conèixer el procés de creació de marca i els seus components; els valors, posicionament i les principals estratègies de consolidació de marca.
- Àrea de Comunicació i Legislació Esportiva
  Coneixement del funcionament dels mitjans i de les accions de relacions públiques com també la legislació en els àmbits de

la comunicació i l’esport, i les estructures reguladores d’aquestes activitats.

- Àrea de Comunicació i Noves Tecnologies
  Conèixer els conceptes teòrics i pràctics bàsics sobre els quals es fonamenta l’exercici professional de la comunicació en el context de les noves tecnologies.
- Àrea de Societat de l’Oci i l’Esport
  Conèixer la importància de l’esport i l’oci en el context de la societat actual.
- Àrea de Patrocini d’Activitats Esportives i d’Oci
  Coneixement del servei dels patrocinadors en l’àmbit esportiu com també la regulació de la seva relació amb entitats esportives i d’oci.

Sortides professionals

Quan acabi el Màster, l’estudiant estarà preparat per dirigir o col·laborar en departaments de màrqueting d’empreses, entitats i organismes esportius, com també assessories i consultories per a la gestió i promoció d’esdeveniments esportius.

A qui s' adreça

A professionals dels sectors del màrqueting i l’esport i també a titulats universitaris que hagin finalitzat els seus estudis de grau i vulguin aprofundir en els coneixements específics del màrqueting esportiu; dirigir i gestionar les empreses, organitzar i promocionar esdeveniments esportius a qualsevol escala, com també enriquir els seus perfils tant acadèmic com professional.

Requisits d'admisió

- Titulació Universitària en Turisme
- Foundation Degree in Públic Relations and Marketing (University of Wales)
- Bachelor (Hons) in Public Relations and Marketing Management (University of Wales)
- Doctors
- S’estudiarà les titulacions que es corresponguin amb els criteris del Màster
- Professionals amb experiència acreditada en el sector

Nota: qui no disposi del títol universitari previ, tindrà dret a rebre, amb les mateixes condicions, un certificat d'assistència lliurat per la Fundació UdG: Innovació i Formació

Pla d'estudis

Màrqueting

- Màrqueting analític (anàlisi de l’entorn, coneixement del consumidor i segmentació i cobertura)
- Màrqueting estratègic (definició d’objectius, estratègies i metes)
- Màrqueting operatiu (màrqueting mix)

Estratègies de comercialització

- Instruments i tècniques per a la comercialització
- Estratègies de pricing
- Estratègies de ticketing
- Canals de distribució

Màrqueting esportiu

- Màrqueting estratègic i operatiu
- Gestió de marca i identitat
- Pla de comunicació i màrqueting
- Investigació de mercats
- Xarxes socials

Branding

- Procés de creació de la marca
- Components de la marca
- Valors de la marca
- Posicionament
- Estratègies de consolidació de la marca

Comunicació i lesgislació esportiva

- Funcionament dels mitjans de comunicació
- Accions de relacions públiques
- Organització jurídica de l’esport
- Legislació nacional i internacional de l’esport
- Drets d’imatge

Comunicació i noves tecnologies

- Aproximació a la sociologia
- Cultura de masses
- Globalització
- La societat xarxa
- Nous mitjans de comunicació i promoció

Societat de l'oci i l'esport

- Esport i entorn social actual
- Estructura de l’esport i l’oci
- Mediatització de l’esport i l’oci
- L’esport i l’oci com a eines d’integració social

Patrocini d'activitats esportives i d'oci

- Patrocini i esponsorització
- Programes de fidelització
- El valor afegit del patrocini

Treball final de màster

Conèixer i aplicar el conjunt de competències transversals i específiques del Màster.

Titulació

Màster en Màrqueting Esportiu per la Universitat de Girona *

* No inclou la taxa d'expedició del títol de la UdG

Nota: qui no disposi del títol universitari previ, tindrà dret a rebre, amb les mateixes condicions, un certificat d'assistència lliurat per la Fundació UdG: Innovació i Formació

Metodologia

S'utilitzarà de manera majortària l'estudi de casos i aplicació d'exercicis pràctics, com també controls de coneixement, en el marc de

l'aprenentatge per avaluació contínua. Les activitats d'aprenentatge i el volum de treball s'ajustarà al perfil de l'alumne i al temps de classe.

Sistema avaluació

El procés d'avaluació inclou la participació activa de l'estudiant, les aportacions en els debats de casos, la realització de treballs específics i les proves presencials.

Mòduls de 1r quadrimestre - Octubre
– Màrqueting: Examen (60%) i Treball (40%)
– Estratègies de comercialització: Examen (60%) i Treball (40%)
– Màrqueting esportiu: Examen (100%)
– Branding: Examen (100%)

Mòduls de 2n quadrimestre - Març
– Comunicació i legislació esportiva: Examen (100%)
– Comunicació i noves tecnologies: Examen (100%)
– Societat de l'oci i l'esport: Examen (100%)
– Patrocini d'activitats esportives i d'oci: Examen (60%) i Treball (40%)

Treball Final de Màster - Octubre-juny
Projecte-memòria (Apte/No apte)
Treball escrit (80%) i Exposició i defensa (20%)

Quadre docent

Direcció

Jordi Garcia Guitart
Llicenciat en Ciències Polítiques i de l'Administració per la Universitat de Barcelona.
Diplomat en Gestió i Administració Pública per la Universitat Internacional de Catalunya.
Graduat en Dret per la Universidad de Nebrija.
Diploma d'Estudis Avançats en Gestió d'Institucions Universitàries per la Universitat Abat Oliba CEU.
Gestor Administratiu col.legiat.
Ha estat professor de la Université de Perpignan Via Domitia, de l'Institut Franco-Catalan Transfrontalier i de la Universitat Abat Oliba CEU.

Coordinació

Joan Sorribes
Diplomat en Turisme. Diplomat en Relacions Laborals. Llicenciat en Ciències del Treball. Màster en Direcció i Planificació. Doctor en Economia d'Empresa.

Professorat

Santiago Alsina
Llicenciat en Ciències Econòmiques.

Anna Alvado
Llicenciada en Periodisme. Màster en Comunicació Corporativa i Qualitat de Servei. Doctorand en Societat de la Informació i el Coneixement.

Cristina Araguz
Llicenciada en Ciències de l'Educació Física i l'Esport.

Joaquín García-Lavernia
Llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques. Analista Publicitari. Doctor en Humanitats i Ciències Socials. Postgrau en Màrqueting.

Josep Martínez
Llicenciat en Dret. Màster en Dret Esportiu.

Juan José Molina
Doctorat en Geografia. Màster en Història. Màster en Comunicació i Cinema. Màster en Història Contemporània. Llicenciat en Geografia i Història. Consultor i auditor en Hoteleria i Turisme.

Joan Sorribes
Diplomat en Turisme. Diplomat en Relacions Laborals. Llicenciat en Ciències del Treball. Màster en Direcció i Planificació. Doctor en Economia d'Empresa.

---

*La direcció es reservarà el dret a fer canvis en l'equip docent en cas que algun dels professors no pugui impartir la seva matèria, garantint el mateix nivell de qualitat i categoria professional.

Entitats promotores

Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació

Universitat de Girona
Fundació UdG:
Innovació i Formació

Escola Universitaria Formatic Barcelona

EUFB Escola Universitària Formatic Barcelona
Centre adscrit a: Universitat de Girona
