



Experto en Marketing Deportivo



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

OBJETIVOS

El marketing deportivo tiene varias ventajas: permite asociar la marca con los valores positivos que un deporte o un determinado atleta , representa , da una exposición masiva a las audiencias que tiene el deporte en casos como el Mundial o el Super Bowl, y en otros casos al target específico que desean llegar, como el golf o el tenis. Pero, sobre todo puede dar una mayor velocidad de posicionamiento de una nueva marca o producto mediante el vínculo deportista o atleta reconocido. El servicio del marketing deportivo, nos permite ahorrar tiempo localizando a los deportistas para que participen en algún anuncio comercial, sin embargo, no sólo trata con un solo proveedor sino que no le cobra comisión a las marcas, mientras que un servicio más es el contar con algunas figuras deportivas para que asistan a convenciones o reuniones anuales a dar platicas motivacionales o compartir historias de éxito.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. MARKETING DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN LA GESTIÓN DE 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.La misión y la cultura de la empresa
- 4.La elaboración del plan
- 5.Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
- 6.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

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

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días a la semana.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

DURACIÓN

180 horas.

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

