



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GRADO EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DEPORTE I AL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

**GUÍA DOCENTE DISSENY I CREACIÓ DE PRODUCTES I
SERVEIS ESPORTIUS
2019-20**

DATOS GENERALES

ASIGNATURA:	DISEÑO Y CREACIÓN DE PRODUCTOS DEPORTIVOS
CÓDIGO:	
CURSO:	3o
CRÉDITOS (ECTS):	6
PROFESOR COORDINADOR:	XAVIER AMADOR
FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:	Sept 2020

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

Mediante el conocimiento del sector deportivo, se pretende fomentar en el/la alumno/a las bases necesarias para el análisis y creación de productos, tanto bienes como servicios, que puedan atender las necesidades del mercado, así como la transmisión de herramientas para generar sus propias capacidades y oportunidades de negocio, en el marco del sector deportivo.

OBJETIVOS GENERALES

Entender, analizar, valorar, corregir, adaptar y fomentar aquellos productos que puedan atender las necesidades del mercado en el sector deportivo, y analizar sus oportunidades de negocio.

CONTENIDOS DEL CURSO

TEMA 1: LA INDUSTRIA DEL DEPORTE

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

Determinar ámbito y conceptos generales de los principales operadores en la industria del deporte

Entender, definir, clasificar, y cualificar los agentes que conforman la industria del deporte, y sus interrelaciones

Contenido

1. Conceptos generales
2. Pla Estratègic de l'Esport de Barcelona

TEMA 2: DISEÑO Y CREACIÓN DE PRODUCTOS DEPORTIVOS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

Entender y analizar las características particulares de los productos deportivos, así como de los servicios deportivos, con la voluntad de ejercitar sus habilidades para creaciones propias.

Contenido

- 1. Conceptos generales**
- 2. Características básicas de los productos deportivos**
- 3. Características básicas de los servicios deportivos**

TEMA 3: MARKETING DEPORTIVO VS MARKETING GLOBAL

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

Entender y aplicar técnicas de marketing global al marketing deportivo, y diferenciar ambos campos, analizando la comercialización de productos de servicio, y de consumo.

Contenido

- 1. Marketing de eventos deportivos**
- 2. Marketing de deporte en general**
- 3. Marketing de productos y servicios**
- 4. Marketing de entidades deportivas**

TEMA 4: SERVICIO DEPORTIVO: DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

Analizar los servicios deportivos existentes, y dotarse de conocimientos para diseñar y desarrollar nuevos productos.

Contenido

- 1. Conceptos generales**
- 2. Características básicas**
- 3. Creación de nuevos productos**

TEMA 5: POLÍTICA DE MARCA

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

Entender los conceptos básicos, conocer sus características y los límites de la política de marca.

Contenido

- 1. Conceptos generales**
- 2. Características generales**
- 3. Ejemplos concretos**

TEMA 6: SECTORES ESPECÍFICOS. TURISMO DEPORTIVO

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:
Definir y diferenciar el turismo deportivo como industria específica del turismo global.

Contenido

- 1. Conceptos generales**
- 2. casos prácticos**

TEMA 7: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS PRODUCTOS DEPORTIVOS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:
Entender, conocer las características fundamentales de la planificación estratégica, para mejorar la calidad en su toma de decisiones.

Contenido

- 1. Conceptos básicos**
- 2. Características Planes Estratégicos**
- 3. Fundamentos y proyección**

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Se basa en clases expositivas participativas, ejercicios de clase y los trabajos en casa. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han introducido en la clase.

EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- $NF = \text{Nota Examen Final} \times 60\% + \text{Nota Evaluación Continuada} \times 40\%$
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Knight, P. (2016). Nunca te pares. Conecta, Barcelona

Triadó, X. (1996). Marketing en la gestión deportiva. Gestió i Promoció Editorial, Barcelona.

La Dirección Estratégica de la Empresa, Teoría y Aplicaciones, de Luis A. Guerras Martin y José E. Navas López

Marketing y patrocinio Deportivo (1997), de Carlos Campos, ediatdo por GPE Colección Gestión Deportiva

Marketing de los Servicios (1996), de Ildefonso Grande Esteban

Marketing Deportivo, de Eduard Cristóbal

Estrategias de crecimiento. Análisis del grupo Adidas, de Macarena Espinosa, Universidad Politécnica de Cartagena.