



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

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

**GUÍA DOCENTE COMERCIALIZACIÓ DE PRODUCTES I  
SERVEIS ESPORTIUS  
2021-22**

## DATOS GENERALES

ASIGNATURA:	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DEPORTIVOS
CÓDIGO:	
CURSO:	3R
CRÉDITOS (ECTS):	6
PROFESOR COORDINADOR:	JESÚS OLIVER
FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:	

## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

---

Con los conocimientos adquiridos de creación de productos y servicios deportivos, se pretende profundizar y analizar todas las vías para su comercialización, desde el conocimiento del producto deporte, con estrategias adecuadas al mercado, con la voluntad de entender el negocio del deporte, su óptimo rendimiento comercial, con estudio de los procesos pertinentes, bajo reglas de respeto y ética empresarial. Facilitar el entendimiento de las herramientas necesarias para generar oportunidades de negocio. Análisis de estrategias de comercialización y crecimiento.

## OBJETIVOS GENERALES

---

Entender, analizar, valorar, corregir, adaptar y fomentar los procesos y estrategias del sector deportivo para una adecuada comercialización de productos y servicios deportivos.

## CONTENIDOS DEL CURSO

---

- Comercialización de productos deportivos
- Marketing deportivo
- Estrategias de comercialización
- Estrategias de crecimiento
- Negocio del deporte
- Ética
- Estrategias

## TEMA 1: EL PRODUCTO DEPORTE

---

### Resultados del aprendizaje

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

Entender e identificar el producto deporte bajo sus categorías, la entretención, la competencia, los aficionados, los profesionales y los servicios.

## **Contenido**

- 1. Concepto**
- 2. Elementos**

## **TEMA 2: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO DEPORTIVO**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Conocer los diferentes factores que integran el sistema de comercialización, y las relaciones entre ellos.

## **Contenido**

- 1. Definición de metas y objetivos**
- 2. Toma de decisiones**
- 3. Procesos a seguir**

## **TEMA 3: MARKETING DEPORTIVO. METODOLOGÍA**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Conocer la evolución del marketing deportivo, y el uso determinado de la metodología para su implantación.

## **Contenido**

- 1. Marketing de eventos**
- 2. Marketing de productos o servicios**
- 3. Marketing de entidades**
- 4. Marketing de deporte**

## **TEMA 4: ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Conocer las acciones a realizar para alcanzar determinados objetivos de Marketing como lanzar al mercado un producto nuevo o incrementar la participación de las ventas.

## **Contenido**

- 1. Estrategias de producto**
- 2. Estrategias de precio**

### **3. Estrategias de distribución**

### **4. Estrategias de comunicación**

## **TEMA 5: ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Conocer y diferenciar las diferentes estrategias de comercialización, el marketing de guerrilla y las estrategias críticas.

### **Contenido**

- 1. Definición de objetivos**
- 2. El sistema de factores comerciales**
- 3. Estrategia y tácticas**
- 4. Estrategias competitivas**

## **TEMA 6: EL NEGOCIO DEL DEPORTE**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Estructurar y organizar ideas para emprender y obtener rentabilidad.

### **Contenido**

- 1. Análisis global**
- 2. Análisis de propuestas concretas**

## **TEMA 7: MARCA VS DEPORTE**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Conocer y entender los pros y contras de unir la marca al deporte.

### **Contenido**

- 1. Marketing deportivo**
- 2. Usos del marketing**
- 3. Reconocimiento de marca**

## **TEMA 8: ESTRATEGIAS DE SERVICIOS**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Conocer el liderazgo de costes, la diferenciación , y la segmentación y especialización en la comercialización de productos y servicios deportivos.

### **Contenido**

- 1. Estrategias de mantenimiento**
- 2. Estrategias de crecimiento**
- 3. Estrategias de reestructuración**

## **TEMA 9: ÉTICA DEL DEPORTE**

---

### **Resultados del aprendizaje**

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

Entender y conocer los límites éticos de la comercialización del deporte.

### **Contenido**

- 1. La ética de la competición deportiva**
- 2. La comercialización del deporte desde la ética de la competición**
- 3. La responsabilidad social de la empresa deportiva**

## **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE**

---

Se basa en clases expositivas participativas donde se priorizará el contenido práctico a través de casos de éxito de empresas del ámbito deportivo. La generación de debates, el planteamiento de situaciones reales y actuales del sector, así como los trabajos en grupo serán dinámicas habituales durante toda la asignatura. La interacción del alumnado será esencial para la correcta asimilación de todos los conceptos tratados en clase.

El modelo educativo de la asignatura, de acuerdo con la metodología de Euncet Business School, utiliza de manera fundamental el campus virtual y el planteamiento pedagógico es activo y participativo, tanto por parte del profesorado como del estudiantado.

## **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 assignatura (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**

---

## **BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL**

---

## **WEBGRAFÍA / BLOGS / ETC.**

---