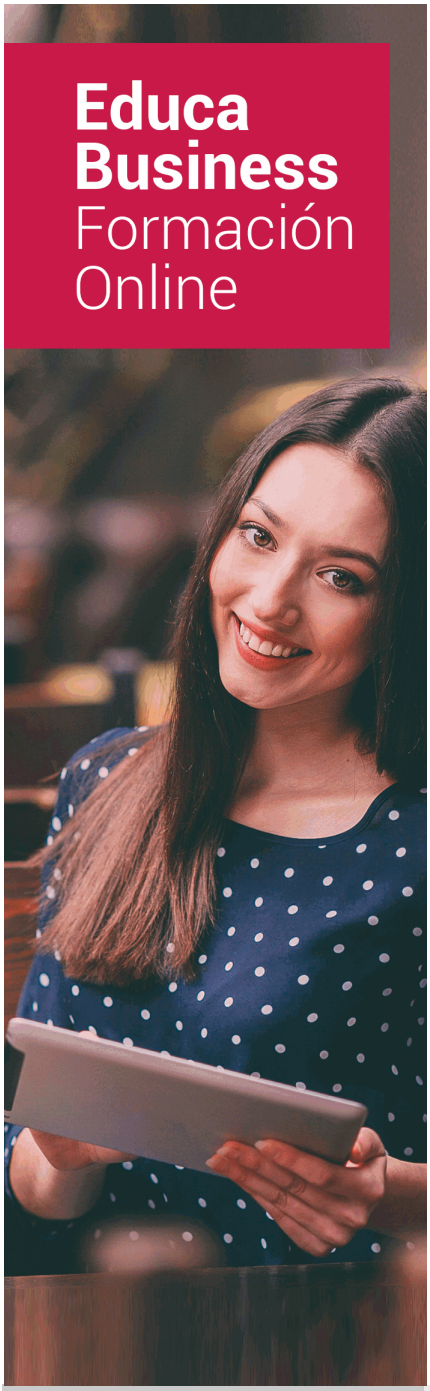
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL

# Maestría Internacional en Dirección de Clubes de Atletismo + Maestría Internacional en Marketing Deportivo




## SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

## NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación**(AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

# Maestría Internacional en Dirección de Clubes de Atletismo + Maestría Internacional en Marketing Deportivo

**DURACIÓN:**
1.200 horas

**MODALIDAD:**
Online

**PRECIO:**
744 $
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

## Titulación

Doble Titulación: -
- Titulación de Maestría Internacional en Dirección de Clubes de Atletismo con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional
- Titulación de Maestría Internacional en Márketing Deportivo con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la

EDUCA BUSINESS SCHOOL

como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO

con D.N.I.XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015

Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en

Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General

El/La Interesado/a

JESÚS MORENO HIDALGO

SELLO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

Centro de Formación Superior de Postgrado

EDUCA BUSINESS SCHOOL

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Descripción

El Atletismo es un deporte muy aclamado actualmente, por lo que conocer los factores principales de esta actividad es vital para aquellos profesionales del sector deportivo. Realizando esta Maestría en Coach Deportivo para el Atletismo podrá adquirir los conocimientos fundamentales que le capaciten para desempeñar funciones de coach a nivel profesional, dando así respuesta a la creciente demanda de expertos en coaching en el ámbito deportivo.
Si trabaja en el ámbito del deporte y desea especializarse en las funciones relacionadas con el marketing deportivo y la gestión de empresas de este tipo este es su momento, con la Maestría en Marketing Deportivo podrá adquirir los conocimientos oportunos para desenvolverse de manera profesional en este entorno. El marketing deportivo puede ser capaz de 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 así como otras estrategias.

## Objetivos

- Conocer las bases anatómicas y fisiología del deporte. - Aplicar técnicas de entrenamiento deportivo. - Adquirir una formación técnica en atletismo. - Trasmitir los conocimientos necesarios para llevar a cabo la planificación del entrenamiento psicológico. - Integrar las habilidades básicas necesarias para llevar a cabo las funciones del Psicólogo Deportivo. - Introducir el coaching como una alternativa que modifique el estilo de vida personal del alumno, ofreciendo un camino de mejora de la calidad de vida. - Adquirir los conocimientos, competencias y habilidades necesarias para el desarrollo teórico y práctico de los principios básicos de coaching aplicados al ámbito deportivo. - Impulsar el desarrollo del entrenamiento deportivo como herramienta eficaz en la consecución de las metas deportivas.
- Analizar la importancia del marketing en instalaciones deportivas. - Conocer las claves del Marketing Deportivo. - Aplicar una estrategia de marketing integral. - Crear una estrategia de marketing digital orientada a centros deportivos. - Implementar una estrategia de SEO. - Desarrollar una estrategia exitosa en redes sociales. - Adquirir las técnicas de copywriting para convertir visitas en compradores. - Aprender a aplicar una estrategia de Inbound Marketing exitosa para aumentar las ventas online.

## A quién va dirigido

Esta formación está diseñada para aquellos profesionales del marketing que cuenten con varios años de experiencia y desean obtener una alta especialización en la aplicación de estrategias de marketing orientadas al sector deportivo. Del mismo modo, esta maestría se dirige titulados universitarios que deseen especializarse en el desarrollo de estrategias de marketing en el ámbito deportivo.

## Para qué te prepara

Con la Maestría en Coach Deportivo para el Atletismo adquiera una formación completa profesionalizada en el área de entrenamiento. Desarrolle, mediante la adquisición de los recursos apropiados, las capacidades de autoconocimiento y autogestión con el fin de alcanzar las habilidades específicas de un líder personal de grupos y equipos deportivos en el entorno del atletismo.
La Maestría en Marketing Deportivo te preparará para dirigir y liderar la estrategia de Marketing y Ventas de cualquier negocio relacionado con el deporte y el bienestar. Tras finalizar la formación, serás capaz de aplicar una estrategia de marketing integral para lograr atraer clientes potenciales y aumentar las conversiones del negocio. Gracias a las técnicas de SEO, SEM, Social Media, Copywriting y Analítica Web o Marketing Relacional lograrás optimizar el crecimiento del negocio y aumentar su rentabilidad.

## Salidas Laborales

Coach Deportivo en atletismo / Directivo Coach / Coach Personal / Life Coach.
La Maestría en Marketing Deportivo te capacita para trabajar como Director de Marketing en el sector del deporte, tanto para aquellos profesionales del sector que deseen adquirir conocimientos pertenecientes al área de marketing, como para aquellos profesionales del marketing que buscan la especialización en este sector. Además, gracias a la formación adquirirás conocimientos para trabajar como Consultor de Marketing en el sector deportivo, Experto en Patrocinio Deportivo, Especialista en SEO y Analítica Web, Experto en Social Media, Copywriting e Inbound Marketing, además de la capacidad de liderazgo, desarrollo y promoción de la venta online o mejora de la experiencia de usuario.
-

## Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

- Tarjeta

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

## Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

## Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**

## Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.

# Reinventamos la Formación Online

## Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

## Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.

## Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

## Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

## Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

## Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

## Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

## Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.

## Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

## Acreditaciones y Reconocimientos

## Temario

1.CURSO 1: MAESTRÍA INTERNACIONAL EN DIRECCIÓN DE CLUBES DE ATLETISMO

# PARTE 1. GESTIÓN DE ENTIDADES Y CLUBES DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INSTALACIÓN DEPORTIVA EN BASE AL CENSO NACIONAL

1.La práctica deportiva I
2.La práctica deportiva II
3.Metodología y terminología utilizada
4.Tipos de instalaciones deportivas. Manual de interpretación del Censo Nacional de instalaciones deportivas.2005
5.La utilización de energías renovables en las instalaciones deportivas
6.Tipologías de espacios deportivos convencionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTALACIONES DEPORTIVAS EN ESPAÑA

1.Deporte y sociedad
2.Carta verde del deporte
3.Instalaciones deportivas en relación con la práctica deportiva
4.Instalaciones deportivas en los centros educativos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GENERALIDADES

1.Definiciones y características generales
2.Condiciones del espacio
3.Aparcamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESPACIOS DEPORTIVOS CONVENCIONALES

1.Piscinas

2.Generalidades
3.Piscinas de natación
4.Piscinas de waterpolo
5.Natación sincronizada
6.Piscinas de saltos
7.Pistas
8.Voleibol
9.Baloncesto
10.Tenis
11.Balonmano
12.Fútbol sala
13.Squash
14.Pádel
15.Bádminton
16.Campos
17.Fútbol 7
18.Fútbol
19.Rugby
20.Hockey sobre hierba

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS ESPACIOS COMPLEMENTARIOS

1.Entrada
2.Recepción
3.Circulaciones
4.Escaleras
5.Rampas
6.Ascensores
7.Puertas
8.Pasillos
9.Protecciones
10.Pavimento
11.Aseos y vestuarios
12.Aparatos sanitarios
13.Botiquín
14.Gradas
15.Señalización de accesibilidad
16.Condiciones y características de la información y señalización para la accesibilidad
17.Accesibilidad/supresión de barreras arquitectónicas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE UNA INSTALACIÓN DEPORTIVA

1.Introducción

2.La planificación de una instalación deportiva: fases y principios generales
3.Criterios básicos de diseño
4.El proceso de diseño de una instalación deportiva y la organización funcional de los espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTAS DE APOYO Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1.El ciclo de vida de una instalación deportiva
2.Explotación y gestión. Introducción
3.Tipos de gestión
4.Gestión directa
5.Gestión indirecta
6.Gestión mixta
7.La preparación de los pliegos
8.La gestión desde el punto de vista de la CALIDAD
9.Seguridad
10.Accesibilidad y Movilidad
11.La Certificación de las instalaciones deportivas
12.La gestión económica de las instalaciones deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INCORPORACIÓN TRANSVERSAL DE LA SOSTENIBILIDAD AL CICLO DE VIDA DE LA INSTALACIÓN DEPORTIVA

1.Sostenibilidad
2.Introducción
3.Los principios de la sostenibilidad
4.Primeras aproximaciones
5.Sistemas de certificación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE CARACTERIZAN LA GESTIÓN DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS EN ESPAÑA

1.Planteamiento económico de la infraestructura deportiva en España
2.El Producto Interior Bruto (PIB) per cápita y las instalaciones deportivas
3.El valor inmobiliario de las instalaciones deportivas
4.Las entidades propietarias y gestoras de las instalaciones deportivas en España: tendencia progresiva hacia la gestión indirecta
5.La ubicación de las instalaciones deportivas
6.El régimen de acceso y los usuarios
7.Calidad y sostenibilidad

# PARTE 2. MONITOR DEPORTIVO EN ATLETISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. BASES ANATÓMICAS Y FISIOLÓGICAS DEL MOVIMIENTO

1.Introducción a la fisioterapia
1.- Mecánica del movimiento

2.Fundamentos anatómicos del movimiento
1.- Planos, ejes y articulaciones
2.- Fisiología del movimiento
3.- Preparación y gasto de la energía

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMA ÓSEO

1.Morfología
2.Fisiología
3.División del esqueleto
4.Desarrollo óseo
5.Sistema óseo
1.- Columna vertebral
2.- Tronco
3.- Extremidades
4.- Cartílagos
5.- Esqueleto apendicular
6.Articulaciones y movimiento
1.- Articulación Tibio-Tarsiana o Tibio-Peroneo Astragalina
2.- Articulación de la rodilla
3.- Articulación coxo-femoral
4.- Articulación escapulo humeral

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FISIOLOGÍA MUSCULAR

1.Introducción
2.Tejido muscular
3.Clasificación muscular
4.Acciones musculares
5.Ligamentos
6.Musculatura dorsal
7.Tendones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMAS ENERGÉTICOS

1.Sistema energético
2.ATP (Adenosina Trifosfato)
3.Tipos de fuentes energéticas
4.Sistemas anaeróbico aláctico o sistema de fosfágeno
5.Sistema anaeróbico láctico o glucólisis anaeróbica
6.Sistema aeróbico u oxidativo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. METABOLISMO EN FISIOLOGÍA DEL EJERCICIO

1.El ejercicio físico
1.- Clasificación
2.- Efectos fisiológicos del ejercicio físico

3.- Efectos fisiológicos en niños y adolescentes
4.- Fases del ejercicio
2.Adaptaciones orgánicas en el ejercicio
1.- Adaptaciones metabólicas
2.- Adaptaciones circulatorias
3.- Adaptaciones cardíacas
4.- Adaptaciones respiratorias
5.- Adaptaciones de la sangre
6.- Adaptaciones del medio interno
3.Metabolismo energético durante el ejercicio. La fatiga
1.- Fuerza, potencia, rendimiento y recuperación del glucógeno muscular
2.- La fatiga

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ALIMENTACIÓN EN EL DEPORTE

1.Fundamentación teórica
2.Gasto calórico
3.Nutrientes en el deporte
1.- Hidratos de carbono
2.- Grasas
3.- Proteínas
4.- Agua y electrolitos
5.- Micronutrientes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LA PSICOLOGÍA EN EL DEPORTE

1.Necesidades psicológicas en el deporte
2.La finalidad de la intervención psicológica
3.Variables, habilidades y técnicas psicológicas
4.Entrenamiento de habilidades psicológicas
5.Tipos de intervención psicológica
6.El papel de la Psicología
7.PARTICIPACIÓN DE LOS DEPORTISTAS EN LA PREPARACIÓN PSICOLÓGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLANIFICACIÓN DEL ENTRENAMIENTO PSICOLÓGICO

1.El deporte
2.Entrenamiento deportivo
1.- Características del entrenamiento deportivo
3.El rendimiento deportivo
4.Componentes generales de un programa de preparación psicológica
5.Principios significativos para la planificación del entrenamiento psicológico
6.Planificación del entrenamiento psicológico
7.Diseño de programas de entrenamiento psicológico

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FORMACIÓN TÉCNICA DEL ATLETISMO

1.Conceptos generales del entrenamiento
   1.- Calentamiento y enfriamiento
2.Consideraciones generales sobre la carrera
   1.- Técnica de la carrera
   2.- Descripción de la técnica de salida
   3.- Ejercicios de velocidad de reacción
3.Carreras de velocidad
4.Carreras de medio fondo y fondo
   1.- Carreras de medio fondo o de media distancia
   2.- Carreras de fondo o de larga distancia
5.Carreras de relevos
   1.- Ejercicios de entrenamiento de las carreras de relevos
6.Carreras con vallas
   1.- Consideraciones técnicas de las carreras con vallas
   2.- Ejercicios de entrenamiento
7.La marcha atlética
   1.- Descripción elemental de la técnica
   2.- Iniciación técnica. Entrenamiento
8.Salto de altura
   1.- Técnica del salto de altura
   2.- Ejercicios para el aprendizaje de la técnica
9.El salto de longitud
   1.- La técnica de salto de longitud
   2.- Entrenamiento de salto de longitud
10.El salto con pértiga
   1.- La técnica del salto con pértiga
   2.- Ejercicios de entrenamiento de salto con pértiga
11.El triple salto
   1.- Técnica y fases del triple salto
   2.- Ejercicios de entrenamiento para el aprendizaje del triple salto
12.El lanzamiento de peso
   1.- Técnica básica del lanzamiento de peso
   2.- Ejercicios para el aprendizaje de la técnica
13.El lanzamiento de disco
   1.- La técnica del lanzamiento de disco
   2.- Ejercicios para el aprendizaje de la técnica
14.El lanzamiento de martillo
   1.- La técnica del lanzamiento de martillo
   2.- Ejercicios para el aprendizaje de la técnica

15.El lanzamiento de jabalina
    1.- La técnica del lanzamiento de jabalina
    2.- Ejercicios para el aprendizaje de la técnica
16.Las pruebas combinadas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. REGLAMENTO DE LAS ESPECIALIDADES ATLÉTICAS

1.Generalidades del reglamento deportivo
2.Reglamento básico
    1.- Carreras
    2.- Concursos
    3.- Pruebas combinadas
    4.- Pruebas de marcha

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LESIONES DEPORTIVAS. PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO

1.Introducción a las lesiones deportivas
2.Definición
3.La prevención
4.Tratamiento
5.Lesiones deportivas frecuentes
    1.- Introducción
    2.- Lesiones deportivas más frecuentes
6.¿Qué debes hacer si te lesionas durante la realización del ejercicio físico?
7.¿Qué puedes hacer si te lesionas?
8.Técnicas utilizadas en la prevención y tratamiento de lesiones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PRIMEROS AUXILIOS

1.Introducción a los primeros auxilios
    1.- Principios básicos de actuación en primeros auxilios
    2.- La respiración
    3.- El pulso
2.Actuaciones en primeros auxilios
    1.- Ahogamiento
    2.- Las pérdidas de consciencia
    3.- Las crisis cardíacas
    4.- Hemorragias
    5.- Las heridas
    6.- Las fracturas y luxaciones
    7.- Las quemaduras
3.Normas generales para la realización de vendajes
4.Maniobras de resucitación cardiopulmonar
    1.- Ventilación manual
    2.- Masaje cardíaco externo

# PARTE 3. LA PSICOLOGÍA DEL DEPORTE

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PSICOLOGÍA DEL DEPORTE

1.Introducción
2.Psicología del Deporte
3.Relación de la Psicología con la Psicología del Deporte
4.Funciones de la Psicología del Deporte
5.La Psicología del Deporte en la actualidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PSICÓLOGO DEL DEPORTE

1.El Psicólogo del Deporte
2.Funciones del Psicólogo del Deporte
3.¿Cuáles no son las funciones del Psicólogo del Deporte?
4.El Psicólogo del Deporte dentro de una organización deportiva
5.El Psicólogo del Deporte en alto rendimiento

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. BASES NEUROLÓGICAS BÁSICAS

1.Clasificación del Sistema Nervioso. Citología
2.Potencial de Reposo o de Membrana
3.Receptores. Potencial Generador
4.Potencial de Acción
5.Sinapsis
6.Circuitos neuronales
7.Morfogénesis del Sistema Nervioso Central
8.Morfología del Sistema Nervioso Central

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. BASES NEUROLÓGICAS DEL MOVIMIENTO

1.Sistema somatosensorial. Exterocepción y nociocepción
2.Sistema sensorial. Propiocepción
3.Organización funcional del Sistema Motor
4.Sistema Nervioso Vegetativo o Autónomo

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. HABILIDADES Y APRENDIZAJE MOTRIZ

1.El aprendizaje motor
2.Principales modelos del aprendizaje motor
3.Teorías del aprendizaje motor
4.El proceso de enseñanza-aprendizaje
5.Mecanismos que intervienen en el aprendizaje motor
6.Factores que intervienen en el proceso de aprendizaje motor
7.Las habilidades motrices

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPORTANCIA DE LA PSICOLOGÍA EN EL DEPORTE

1.Necesidades psicológicas en el deporte
2.La finalidad de la intervención psicológica

3.Variables, habilidades y técnicas psicológicas
4.Entrenamiento de habilidades psicológicas
5.Tipos de intervención psicológica
6.El papel de la Psicología
7.PARTICIPACIÓN DE LOS DEPORTISTAS EN LA PREPARACIÓN PSICOLÓGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN DEL ENTRENAMIENTO PSICOLÓGICO

1.El deporte
2.Entrenamiento deportivo
3.El rendimiento deportivo
4.Componentes generales de un programa de preparación psicológica
5.Principios significativos para la planificación del entrenamiento psicológico
6.Planificación del entrenamiento psicológico
7.Diseño de programas de entrenamiento psicológico

# MÓDULO 2. TÉCNICAS Y HABILIDADES SOCIALES EN PSICOLOGÍA DEL DEPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS EMOCIONES EN EL DEPORTE

1.Introducción: las emociones
2.Las emociones en el deporte
3.Emociones provocadas por el entrenamiento
4.Control emocional ante situaciones amenazantes
5.Emociones antes de la competición

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA MOTIVACIÓN Y AUTOCONFIANZA

1.La motivación
2.La Autoconfianza

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTABLECIMIENTO DE METAS

1.¿Qué entendemos por meta?
2.Pautas para establecer una buena meta
3.Diseño de un sistema de establecimiento de metas
4.Plantear las metas
5.Conseguir las metas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ESTABLECER OBJETIVOS

1.Diferencia entre objetivo y meta
2.Pautas para enunciar objetivos
3.Fases para establecer objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ACTIVACIÓN, ESTRÉS Y ANSIEDAD

1.Introducción
2.Activación, ansiedad y estrés
3.Manifestaciones de la ansiedad en la competición

4.Evaluación de la ansiedad, estrés y otros

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA AUTOESTIMA: CONCEPTOS PARA LUCHAR CONTRA EL ESTRÉS

1.Definición de autoestima: autoestima alta, baja y su desarrollo
2.Auto-respeto
3.Como hacer frente a las críticas
4.Responder a las quejas
5.Creatividad y auto-realización en el trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 14. EL LIDERAZGO

1.Introducción
2.Liderazgo
3.Estilos de liderazgo
4.Enfoques en la teoría del liderazgo
5.Aproximaciones teóricas al liderazgo en grupos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

1.Conceptualización de la comunicación
2.Habilidades sociales comunicativas

# PARTE 4. COACHING DEPORTIVO

## MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL COACHING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL COACHING?

1.El cambio, la crisis y la construcción de la identidad
2.Concepto de coaching
3.Etimología del coaching
4.Influencias del coaching
5.Diferencias del coaching con otras prácticas
6.Corrientes actuales de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL COACHING

1.¿Por qué es importante el coaching?
2.Principios y valores
3.Tipos de coaching
4.Beneficios de un coaching eficaz
5.Mitos sobre coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING (I)

1.Introducción: los elementos claves para el éxito
2.Motivación
3.Autoestima
4.Autoconfianza

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING (II)

1.Responsabilidad y compromiso
2.Acción
3.Creatividad
4.Contenido y proceso
5.Posición "meta"
6.Duelo y cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA Y COACHING

1.Liderazgo, poder y ética
2.Confidencialidad del Proceso
3.Ética y Deontología del coach
4.Código Deontológico del Coach
5.Código Ético

# MÓDULO 2. EL PROCESO DE COACHING

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COACHING, CAMBIO Y APRENDIZAJE

1.La superación de los bloqueos
2.El deseo de avanzar
3.Coaching y aprendizaje
4.Factores que afectan al proceso de aprendizaje
5.Niveles de aprendizaje

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PROCESO DE COACHING: ASPECTOS GENERALES

1.Coaching ¿herramienta o proceso?
2.Motivación en el proceso
3.La voluntad como requisito del inicio del proceso
4.Riesgos del proceso de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HABILIDADES RELACIONADAS CON EL PROCESO

1.Introducción
2.Escucha
3.Empatía
4.Mayéutica e influencia
5.La capacidad diagnóstica

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FASES EN EL PROCESO DE COACHING

1.Primera fase: establecer la relación de coaching
2.Segunda fase: planificación de la acción
3.Tercera fase: ciclo de coaching
4.Cuarta Fase: evaluación y seguimiento
5.Una sesión inicial de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EVALUACIÓN (I)

1.¿Por qué es necesaria la evaluación?

2.Beneficios de los programas de evaluación de coaching
3.Factores que pueden interferir en la evaluación
4.¿Cómo evaluar?
5.Herramientas de medida para la evaluación de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EVALUACIÓN (II)

1.El final de la evaluación
2.Evaluación externa
3.Sesiones de evaluación continua
4.Tipos de perfiles
5.Cuestionario para evaluar a un coach

# MÓDULO 3. COACH Y COACHEE

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL COACH

1.La figura del coach
2.Tipos de coach
3.Papel del coach en el proceso de coaching ejecutivo

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DEL COACH

1.Competencias clave y actuación del coach
2.Las características del coach efectivo para el desarrollo de competencias
3.Dos competencias clave para el desarrollo de una empresa liberadora

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA PREPARACIÓN DE UN BUEN COACH

1.Preparación técnica: formación y experiencia empresarial
2.Errores más comunes del coach
3.Capacitación para conducir las sesiones de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA FIGURA DEL COACHEE

1.La figura del coachee
2.Características del destinatario del coaching
3.La capacidad para recibir el coaching
4.La autoconciencia del cliente

# MÓDULO 4. COACHING Y DEPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 16. COACHING Y DEPORTE

1.El origen del coaching
2.La estrategia deportiva
3.Coaching deportivo: aprender a fluir

UNIDAD DIDÁCTICA 17. VALORES DEL DEPORTE

1.El deporte: crisol de valores
2.La sana competitividad
3.Beneficios del deporte
4.Coaching deportivo y salud

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL ENTRENADOR: COACH

1.Descripción del buen entrenador
2.Objetivos, misión y valores del entrenador
3.Claves del entrenador-coach
4.Gestionar deportistas

UNIDAD DIDÁCTICA 19. EL ENTRENAMIENTO

1.¿Qué significa entrenar?
2.Claves para un buen entrenamiento
3.Tipos de entrenamiento
4.Parámetros para alcanzar la excelencia

# MÓDULO 5. ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA PRÁCTICA DEPORTIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 20. CONCIENCIA PERSONAL

1.El deportista: concentración
2.Regulación emocional en el deporte y las atribuciones
3.Autoestima y autoconfianza
4.Prevención de lesiones

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONCIENCIA GRUPAL

1.El equipo: sinergia grupal
2.Grupo vs. Equipo
3.El éxito colectivo

UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LAS EMOCIONES

1.Mantener una actitud positiva
2.Motivación
3.Reconocer las posibilidades: autovaloración
4.Energía emocional
5.Intención ganadora

UNIDAD DIDÁCTICA 23. EL CUERPO, LA MENTE Y EL DEPORTE

1.Cuerpo
2.Mente
3.Equilibrio cuerpo y mente

UNIDAD DIDÁCTICA 24. LÍDER Y LIDERAZGO

1.El líder
2.Liderazgo
3.Enfoques centrados en el líder
4.Teorías situacionales o de contingencia
5.Estilos de liderazgo

# MÓDULO 6. TÉCNICAS

## UNIDAD DIDÁCTICA 25. TÉCNICAS DEPORTIVAS

1.Introducción a las técnicas de coaching en positivo
2.Visualización
3.Relajación
4.Concentración

## UNIDAD DIDÁCTICA 26. TÉCNICAS DE EQUIPO

1.Definición y clasificación
2.Técnicas de grupo grande
3.Grupo mediano
4.Técnicas de grupo pequeño
5.Técnicas que requieren del coach
6.Técnicas según su objetivo

# MÓDULO 7. ESTABLECIMIENTO DE METAS

## UNIDAD DIDÁCTICA 27. LAS METAS EN EL DEPORTE

1.¿Qué entendemos por meta?
2.Pautas para establecer una buena meta
3.Diseño de un sistema de establecimiento de metas

## UNIDAD DIDÁCTICA 28. ESTABLECER OBJETIVOS

1.Diferencia entre objetivo y meta
2.Pautas para enunciar objetivos
3.Fases para establecer objetivos

## UNIDAD DIDÁCTICA 29. PREPARACIÓN PARA ALCANZAR LA META

1.Plantear las metas
2.Conseguir las metas

# MÓDULO 8. COACHING DEPORTIVO Y OTRAS DISCIPLINAS

## UNIDAD DIDÁCTICA 30. COACHING, PSICOLOGÍA DEL DEPORTE Y DEPORTE

1.¿Qué es la psicología del deporte?
2.Herramientas, ejercicios y principios de la psicología del deporte
3.Aportaciones de la psicología al deporte

## UNIDAD DIDÁCTICA 31. COACHING, MENTORING Y DEPORTE

1.¿Qué es el mentoring?
2.Semejanzas y diferencias entre coaching y mentoring
3.Principios y leyes del mentoring
4.Herramientas y técnicas del mentoring

## UNIDAD DIDÁCTICA 32. COACHING, INTELIGENCIA EMOCIONAL Y DEPORTE

1.¿Qué es la Inteligencia Emocional?

2.Componentes de la inteligencia emocional
3.Habilidades de inteligencia emocional
4.Aportaciones de la Inteligencia Emocional al deporte

UNIDAD DIDÁCTICA 33. COACHING, PNL Y DEPORTE

1.¿Qué es la Programación Neurolingüística?
2.Principios de la PNL
3.Los sistemas representacionales
4.Coaching, PNL y deporte
5.CURSO 2: MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MÁRKETING DEPORTIVO

# MÓDULO 1. MARKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

1.Procesos de planificación estratégica
2.El papel del marketing en la empresa
3.Análisis de situación y estrategias de marketing
4.La orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3.Las estrategias de cobertura del mercado
4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1.Introducción
2.El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1.Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2.El proceso de la cultura
3.Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4.Factores sociológicos de consumo
5.El proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

1.Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2.Elementos del posicionamiento
3.Estrategias de posicionamiento
4.Fases y mapas de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

1.Personalidad y estructura de marca
2.Brand equity o el valor de marca
3.Marcas corporativas y marcas producto
4.La imagen como comunicadora
5.Reputación corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1.Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2.El diseño del plan de marketing: principales etapas
3.La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4.Desarrollo del plan de marketing

# MÓDULO 2. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1.¿Qué es la comunicación?
2.El marketing como raíz de la comunicación digital
3.Otros componentes del marketing
4.Comunicación Integral de Marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

1.Introducción
2.Características y objetivos de la promoción de ventas
3.La estrategia promocional
4.Las tácticas promocionales
5.La promoción de venta online
6.Medición de la eficiencia promocional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1.Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
2.Causas del desarrollo de las relaciones públicas
3.Técnicas de relaciones públicas
4.Los eventos y las ferias
5.La comunicación en situación de crisis
6.Las relaciones públicas en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PATROCINIO

1.Concepto, causas y objetivos del patrocinio
2.Tipologías de patrocinios
3.Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO

1.El marketing directo en la actualidad
2.Variables del marketing directo

3.La base de datos
4.Medios convencionales para el marketing directo
5.Marketing directo en medios masivos

# MÓDULO 3. MARKETING EN LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DE LAS 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.Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
4.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

# MÓDULO 4. MARKETING DIGITAL DEPORTIVO

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1.Introducción
2.Concepto de Marketing Digital
3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
4.Ventajas del Marketing Digital
5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DEL MARKETING EN INTERNET

1.Las 4F's del Marketing Online
2.Formas del Marketing Online
3.El marketing como filosofía o cultura empresarial

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1.Marketing digital vs. Marketing tradicional
2.Investigación comercial en marketing digital
3.Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4.Estrategia de marketing digital
5.Marketing estratégico en Internet

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DEPORTIVO

1.Intercambio de bienes deportivos
2.Consumo de espectáculo deportivo
3.Estrategias de marketing de los ofertantes de servicios deportivos
4.Ciclo de vida y especificidad de un servicio deportivo
5.Política de comunicación deportiva

# MÓDULO 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1.Importancia del SEO
2.Funcionamiento de los buscadores
3.Google: algoritmos y actualizaciones
4.Cómo salir de una penalización en Google
5.Estrategia SEO

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con Google Ads
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1.Qué es un CMS
2.Ventajas e inconvenientes de los CMS
3.Wordpress y Woocommerce
4.Prestashop y Magento

# MÓDULO 6. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT & COMMUNITY MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1.Primero pasos con Facebook
2.Facebook para empresas
3.Configuración de la Fanpage
4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5.Tipo de publicaciones
6.Creación de eventos
7.Facebook Marketplace
8.Administración de la página
9.Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1.Introducción a Instagram
2.Instagram para empresas
3.Creación de contenido
4.Uso de Hashtags
5.Instagram Stories
6.Herramientas creativas
7.Colaboración con influencers
8.Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1.Introducción a Twitter
2.Elementos básicos de Twitter

3.Twitter para empresas
4.Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5.Contenidos
6.Uso de Hashtags y Trending Topic
7.Twitter Analytics
8.TweetDeck
9.Audiense
10.Hootsuite
11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn
2.LinkedIn para empresas
3.Creación de perfil y optimización
4.Grupos
5.SEO para LinkedIn
6.Analítica en LinkedIn
7.LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1.Introducción a Youtube
2.Vídeo Marketing
3.Crear una canal de empresa
4.Optimización del canal
5.Creación de contenidos
6.Gestión de comentarios
7.Youtube Analytics
8.Youtube vs Vimeo
9.Keyword Tool
10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1.Introducción a Facebook Ads
2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3.Segmentación: públicos
4.Presupuesto
5.Formatos de anuncios
6.Ubicaciones
7.Administrador de anuncios
8.Seguimiento y optimización de anuncios
9.Power Editor
10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

1.Introducción a Instagram Ads
2.Objetivos publicitarios
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Presupuesto
6.Instagram Partners
7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1.Objetivos publicitarios
2.Audiencias en Twitter
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Creación de campañas y optimización
6.Twitter Cards
7.Instalación código de seguimiento
8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads
2.Formatos de anuncios
3.Objetivos publicitarios
4.Creación de campañas
5.Segmentación
6.Presupuesto
7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1.Ventajas de la publicidad en Youtube
2.Youtube y Google Adwords
3.Tipos de anuncios en Youtube
4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5.Creación de anuncios desde Youtube