

DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

+

MÁSTER EN MARKETING DEPORTIVO



ELBSNK015

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



DESTINATARIOS

Esta Titulación está dirigida a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores, estudiantes y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios en relación con este ámbito profesional.

Permite conocer la introducción al deporte y a los e-sports, la importancia del marketing en el deporte, el marketing tradicional, la comunicación o marketing offline, el branding, la publicidad tradicional, el marketing digital, el marketing web: diseño web y comercio electrónico o e-commerce, el marketing en las redes sociales, la publicidad en redes sociales, el social CRM, la introducción al posicionamiento web, el posicionamiento orgánico y patrocinado, los datos y su importancia para las empresas, el marketing deportivo, e-sports, entre otros conceptos relacionados. Además, al final de cada unidad didáctica el/la alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento del curso de forma autónoma.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H 

MODALIDAD
ONLINE 
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE 

TUTORIAS
PERSONALIZADAS 

IDIOMA
ESPAÑOL 

DURACION
HASTA UN AÑO 
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~2380 €~~

VALOR ACTUAL: 595 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS + MÁSTER EN MARKETING DEPORTIVO**”, de ELBS ESCUELA DE LIDERAZGO, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. NOCIONES BÁSICAS EN DEPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRÁCTICA DEPORTIVA

1. Sociedad y deporte
2. Antecedentes históricos
3. Factores de la práctica deportiva
 - Resistencia
 - Velocidad
 - Fuerza
 - Flexibilidad
4. Competiciones deportivas
 - Por extensión
 - Por puntos
 - De eliminación
 - Combinados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Eventos nacionales e internacionales
2. Eventos para *amateurs*
3. Eventos solidarios
4. Eventos profesionales
5. Eventos infantiles y juveniles
6. Eventos extremos
7. *E-sports*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Diferencias entre espacio e instalación deportiva
 - Espacio deportivo
 - Espacio complementario
 - Espacio destinado a servicios auxiliares
2. Tipos de espacios deportivos
 - Convencionales
 - Singulares
 - Áreas de actividad

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL DEPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CLUBES DEPORTIVOS Y SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FEDERACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIGAS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMITÉ OLÍMPICO Y PARAOLÍMPICO ESPAÑOL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL DEPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RELACIONES LABORALES EN EL DEPORTE

1. Deportistas profesionales
2. Entrenadores
3. Agentes y representantes

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. PLANIFICACIÓN DEPORTIVA ESPECÍFICA I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN DEPORTIVA

1. Tipos de planificaciones
2. Proceso planificador
 - Evaluación del atleta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CARGA DE ENTRENAMIENTO

1. Intensidad
2. Volumen
3. Duración
4. Frecuencia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROGRAMA DEPORTIVO

1. Ciclos de entrenamiento
2. Periodos de entrenamiento

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. PLANIFICACIÓN DEPORTIVA ESPECÍFICA II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OBJETIVOS DE LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS

1. Preparación física
2. Preparación técnico-táctica
3. Preparación intelectual
4. Preparación psicológica

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE ENTRENAMIENTO

1. Ejercicios de preparación general
2. Ejercicios de preparación específica
3. Ejercicios de competición

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÉTODOS DE ENTRENAMIENTO

1. Método continuo
2. Método de intervalos
3. Método de test y competición

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE EVENTOS DEPORTIVOS I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN

1. ¿Qué es planificar?
2. Etapas
3. Modelos de planificación
 - Estratégica
 - Táctica
 - Operativa
 - Normativa
 - Interactiva

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES DE PLANIFICACIÓN

1. Priorización de tareas
2. Gestión del tiempo
3. Comunicación efectiva
4. Trabajo en equipo
5. Gestión del estrés

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS Y RECURSOS PARA PLANIFICAR

1. Diagrama de Gantt
2. Diagrama de PERT

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Determinación de objetivos y metas
 - Sistema SMART
2. Análisis del entorno y contexto
 - Análisis FODA
3. Logística
 - Selección del lugar
 - Gestión del transporte
 - Alojamiento
 - Catering
 - Configuración del espacio

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE EVENTOS DEPORTIVOS II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREPARACIÓN Y LOGÍSTICA DEL EVENTO

1. Reuniones
 - Fases
 - Tipos
 - Requisitos a considerar

2. Aspectos geográficos y de tiempo
 - Localización de los eventos
 - Capacidad de los recintos
 - Horarios
 - Gestión de contratiempos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEGURIDAD Y REGULACIONES

1. Protocolo deportivo y de seguridad
 - Gestión de la violencia dentro y fuera de los recintos
2. Normativas y permisos
3. Test antidopaje
 - Tipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EQUIPO DE TRABAJADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATROCINIO DEPORTIVO Y PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SUMINISTROS PARA LA EJECUCIÓN DEL EVENTO

1. Invitaciones, entradas y permisos
2. Elementos de premiación
3. Equipamiento electrónico
4. Vestimenta y material deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS POSEVENTO

1. Análisis de resultados y rendimiento
2. *Feedback* de participantes y público
3. Planes de mejora

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 7. EQUIPO PROFESIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Periodistas y presentadores
2. Fotógrafos y camarógrafos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ASISTENCIA MÉDICA Y EMERGENCIAS

1. Fisioterapeutas y personal médico
2. Personal de servicios de urgencias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIOS

1. Empresas y personal de venta de entradas
2. Venta de *merchandising*
3. Personal de servicios de limpieza
4. Personal de *catering* y restauración
5. Personal de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN

1. Consultores y organizadores
2. Servicios de publicidad

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 8. GESTIÓN DEL PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MOTIVACIÓN

1. Teorías de la motivación
 - Teoría de la jerarquía de las necesidades de Maslow
 - Teoría de la motivación e higiene de Herzberg
 - Teoría de la autodeterminación de Deci y Ryan
 - Teoría de la expectativa de Vroom
 - Teoría de la equidad de Adams
 - Teoría del refuerzo de Skinner
 - Teoría del establecimiento de metas de Locke
2. Técnicas y herramientas de motivación
 - Reconocimiento del trabajo
 - Comunicación efectiva
 - Empoderamiento del equipo
 - Desarrollo de habilidades
 - Buen clima laboral
 - Definición de objetivos y metas claras

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SELECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PERSONAL

1. Contratación de personal
2. Especialización
3. Evaluación y gestión del rendimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RETRIBUCIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EQUIPO HUMANO

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 9. LIDERAZGO EN LA GESTIÓN I

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL LIDERAZGO

1. Diferencias entre director y líder
2. Teorías del liderazgo
 - De la gran persona
 - De los rasgos
 - De la contingencia
 - De la situación
 - Del comportamiento
3. Procesos de liderazgo
4. Cualidades de un buen líder

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MODELOS DE LIDERAZGO

1. Carismático
2. Transaccional
3. Transformacional
4. Situacional

5. Autocrático
6. Democrático
7. *Laissez faire*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HABILIDADES DIRECTIVAS

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 10. LIDERAZGO EN LA GESTIÓN II

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EQUIPOS

1. Estrategias de gestión y dirección de equipos de trabajo
2. Herramientas de trabajo en equipo
 - Lluvia de ideas o *brainstorming*
 - Diagrama de afinidad
 - Técnica de grupo nominal
 - Diagrama de causa-efecto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NEGOCIACIÓN

1. Modalidades y estilos
 - Persuasión
 - Influencia
2. Gestión de conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA PRESIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EMPOWERMENT

1. Tipos de *empowerment*
2. Relación entre líder y empleado

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 11. GESTIÓN FINANCIERA GENERAL Y EN EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN FINANCIERA

1. Contabilidad y finanzas
2. Estructura financiera de un evento deportivo
 - Activos
 - Pasivos
3. Rendimiento financiero y eficiencia operativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESUPUESTOS

1. Previsión financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INGRESOS

1. Gestión de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COSTES

1. Gestión de los costes
2. Control y reducción de gastos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FINANCIAMIENTO

1. Financiamiento público
2. Financiamiento privado
3. Préstamos y financiamiento a largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN FINANCIERA EN LOS EVENTOS DEPORTIVOS

1. Impacto económico local y regional de eventos deportivos
2. Balance económico final

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 12. ANÁLISIS DEL *MARKETING*

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO Y DEL CONTEXTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y DE LAS COMPETENCIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Análisis del sector
2. Análisis del posicionamiento actual
3. Análisis de la segmentación del mercado
4. Análisis de las estrategias globales empleadas
5. Análisis de las tácticas competitivas utilizadas
6. Síntesis de las estrategias globales y de las tácticas competitivas empleadas
7. Análisis del binomio oferta/demanda
8. Análisis de las ventajas competitivas existentes o potenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DECISIONES ESTRATÉGICAS

1. Diferenciación a través de la naturaleza de la oferta
 - Diferenciación a través del servicio
 - Diferenciación a través del personal
 - Diferenciación a través del espacio físico
 - Diferenciación a través de la clientela
 - Diferenciación a través de la imagen
2. Posicionamiento deseado

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 13. PLAN DE *MARKETING* DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL *MARKETING* DEPORTIVO

1. Conceptos básicos del *marketing* en el deporte
2. Evolución del *marketing* deportivo
3. Rol del *marketing* en el deporte moderno

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE *MARKETING*

1. Características del plan
 - Elaboración del plan
 - Estructura del plan
 - Etapas de elaboración

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMAGEN CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS DE *MARKETING* PARA EVENTOS DEPORTIVOS

1. Análisis del mercado y segmentación de audiencia
2. Desarrollo de productos y servicios deportivos
3. Posicionamiento de marca en el deporte

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE AUDIENCIAS Y *FAN ENGAGEMENT*

1. Estrategias de captación de audiencia
 - Personalización y segmentación
 - Experiencias únicas y valor agregado
 - Uso de tecnologías emergentes
 - Marketing* de contenidos y *storytelling*
 - Promociones y ofertas especiales
2. Fidelización y experiencia del *fan*
3. Interacción en redes sociales
4. Creación de comunidades de *fans*
5. Monitoreo y gestión del *engagement*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 14. PATROCINIO DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PATROCINIO DEPORTIVO

1. Historia y evolución

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS

1. Patrocinio de eventos deportivos
2. Patrocinio de equipos
3. Patrocinio de atletas
4. Patrocinio de infraestructura deportiva

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO

1. Empresas patrocinadoras
2. Atletas y equipos
3. Negociación y acuerdo de patrocinio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS

1. Tipos
2. Métricas para evaluar el rendimiento del patrocinio
 - Análisis de retorno de inversión (ROI) para los patrocinadores

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 15. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ENTRETENIMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIFUSIÓN Y COBERTURA MEDIÁTICA DE EVENTOS DEPORTIVOS

1. Importancia de los medios de comunicación
 - Medios impresos
 - Televisión
 - Radio
 - Internet
 - Medios digitales
 - Publicidad exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RELACIONES PÚBLICAS Y MANEJO DE PRENSA EN EVENTOS DEPORTIVOS

1. Estrategias de comunicación y relaciones públicas
 - Identificación y segmentación de audiencias objetivo
 - Desarrollo de mensajes clave
 - Colaboración con *influencers* y personalidades deportivas
2. Planificación y organización de conferencias de prensa
3. Creación y distribución de materiales de prensa
4. Gestión de solicitudes de entrevistas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL DEPORTE COMO ENTRETENIMIENTO

1. Industria del entretenimiento
 - Evolución
 - Audiencias
 - Plataformas
2. Experiencias de entretenimiento en vivo y virtuales para los espectadores de eventos deportivos
 - Uso de realidad aumentada para mejorar la experiencia del espectador
 - Aplicaciones móviles interactivas para eventos deportivos
 - Estrategias de gamificación para involucrar a los espectadores
 - Eventos deportivos como experiencias inmersivas y multisensoriales.

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 16. INNOVACIÓN DIGITAL Y TENDENCIAS EN EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LAS TENDENCIAS GLOBALES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NUEVAS TENDENCIAS EN DEPORTES

1. *Gaming*
2. *E-sports*
 - League of Legends*
 - DreamHack*
 - Counter-Strike*
 - Hearthstone*
 - Overwatch*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TECNOLOGÍA DIGITAL

1. Inteligencia artificial
2. Robótica

3. *Analytics*
4. *Cloud*
5. *Blockchain*
6. *Big data*
 - Concepto
 - Tipos de datos de acuerdo con su estructura
 - Beneficios
 - Aplicación en eventos deportivos

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

PARTE 2

MARKETING DEPORTIVO + MARKETING EN E-SPORTS

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL DEPORTE Y A LOS E-SPORTS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERIZACIÓN DEL DEPORTE

1. Historia del deporte
2. Modalidades deportivas más seguidas en el mundo
 - Fútbol
 - Críquet
 - Baloncesto
 - Hockey
 - Tenis
3. Eventos deportivos más importantes
 - UEFA Champions League de fútbol
 - Super Bowl de fútbol americano
 - Final de la NBA
 - Torneos de Grand Slam de tenis
 - Mundial de Fórmula 1
4. Beneficios del deporte
 - Beneficios físicos y mentales del deporte en la salud
 - Deporte como herramienta educativa
 - Eventos deportivos y su impacto en la economía local y nacional
 - Deporte como herramienta para la integración social y la igualdad de oportunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL MARKETING EN EL DEPORTE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEPORTES ELECTRÓNICOS O E-SPORTS

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. MARKETING TRADICIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DEFINICIONES DEL MARKETING

1. Antecedentes históricos del marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING TRADICIONAL

1. Las 4P del marketing
 - Producto
 - Precio
 - Promoción
 - Punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN O MARKETING OFFLINE

1. Copywriting

2. Géneros periodísticos

- Noticia
- Entrevista
- Editorial
- Crónica
- Reportaje
- Nota de prensa

3. Comunicación eficaz

4. Storytelling

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BRANDING

1. Identidad corporativa

- Dimensión expresiva
- Atributos de marca

2. Imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Antecedentes de la RSC

2. Triple bottom line

- Ámbito económico
- Ámbito social
- Ámbito ambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD TRADICIONAL

1. Medios convencionales

- Televisión
- Periódicos y revistas
- Radio
- Cine
- Publicidad exterior

2. Medios no convencionales

- Patrocinio y mecenazgo
- Marketing directo
- Merchandising
- Publicidad display

3. Métricas de publicidad

- Gross rating point (GRP)
- Cuota de inversión o notoriedad

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING TRADICIONAL AL MARKETING DIGITAL

1. Las 4E y las 4F

2. Medios del marketing digital

- Medios pagados
- Medios propios
- Medios ganados

3. Objetivos del marketing digital

- Planteamiento de los objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategias de inbound marketing
 - Posicionamiento web
 - Marketing de contenidos
 - E-mail marketing
 - Marketing viral
 - Video marketing
 - Reputación online
2. Estrategias de outbound marketing
 - Publicidad display
 - Intersitials
 - Remarketing o retargeting
 - Spots audiovisuales
 - Campañas en redes sociales
 - Correo publicitario no deseado o spam

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÉTRICAS DE MARKETING DIGITAL

1. Coste por clic (CPC)
2. Coste por mil impresiones (CPM)
3. Click through rate (CTR)
4. Índice de conversión (IDC)
5. Coste por visita (CPV)
6. Coste por adquisición (CPA)
7. Retorno de la inversión (ROI)

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. MARKETING WEB: DISEÑO WEB Y COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO WEB

1. Accesibilidad
2. Usabilidad
 - Pirámide de las prioridades
3. Interfaz

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE UN PROYECTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HTML O LENGUAJE WEB

1. Estructura básica de un documento HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ARQUITECTURA WEB

1. Inicio o home
2. Categorías
3. Fichas del producto
4. Carrito de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO RESPONSIVE

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Origen del comercio electrónico

2. Ventajas del comercio electrónico
3. Desventajas del comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Transacciones entre las administraciones y otras personas físicas o jurídicas (G2C)
2. Transacciones entre organizaciones (B2B)
3. Transacciones intraorganizacionales (B2E)
4. Transacciones entre empresas y consumidores finales (B2C)
5. Transacciones entre particulares (C2C)
6. Otras clasificaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

1. WordPress
2. WooCommerce
3. PrestaShop
4. Magento

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EVOLUCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS DE REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

1. Características del marketing de redes sociales
2. Estrategias de marketing en las redes sociales
3. Utilidad del marketing de redes sociales en la empresa
 - Utilidad de las redes sociales en las funciones del marketing
 - Utilidad de las redes sociales en relación con el consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FIGURAS PROFESIONALES

1. Social media manager
2. Community manager

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA PLAN

1. Diseño en las redes sociales
 - Recomendaciones de diseño para redes sociales
2. Estructura del social media plan
 - Análisis inicial de la marca
 - Definición del público objetivo
 - Establecimiento de objetivos
 - Implantación de la estrategia
 - Análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

1. Introducción al social media optimization
 - Invertir en SMO
 - Técnicas de SMO

2. Herramientas de SMO
 - Herramientas de publicación y monitorización
 - Herramientas de gestión integral

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACEBOOK ADS

1. Objetivos
 - Tipos de anuncios para objetivos específicos
2. Segmentación del público
3. Emplazamiento del anuncio
4. Presupuesto
5. Anuncios
 - Administrador de anuncios
 - Optimización: Power Editor
 - Análisis: Píxel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTAGRAM ADS

1. Objetivos
2. Anuncios
3. Segmentación de públicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKEDIN ADS

1. Anuncios
 - Sponsored Content
 - Sponsored Messaging
 - Text Ads
 - Dynamic Ads
2. Presupuesto
3. Administrador de anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TWITTER ADS

1. Tipos de campañas
 - Campaña de lanzamiento
 - Campaña para conectar
 - Campaña de alcance
 - Campaña de reproducciones de video
 - Campaña de reproducciones pre-roll
 - Campaña de descargas de la app
 - Campaña de clics en el sitio web
 - Campaña de interacción
 - Campaña de seguidores
2. Productos de apropiación
 - First View
 - Tendencia Promocionada
3. Formatos
4. Segmentación
5. Analytics
 - Paneles clave
6. Medición

UNIDAD DIDÁCTICA 5. YOUTUBE ADS

1. Formatos publicitarios
2. Anuncios TrueView In-Stream
3. Presupuesto
4. Segmentación
5. Content ID
6. YouTube Analytics
7. Estadísticas de YouTube Studio
8. Crear un anuncio de video

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIKTOK ADS

1. Objetivos
2. Formatos de anuncio
 - Top View
 - TopView Lite
 - Anuncios In-Feed
 - Branded Hashtag Challenge
 - Branded Hashtag Challenge Plus
 - Branded Effects
3. Segmentación
4. Presupuesto
5. Medición y seguimiento
 - TikTok Pixel

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 7. SOCIAL CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOCIAL CRM

1. Herramientas de social CRM
2. Data mining
3. Sistemas de información geográfica

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GENERACIÓN DE LEADS

1. Tipos de leads
2. Herramientas para captar leads
 - Landing page
 - Formularios
 - Thank you page
 - Follow up email
3. Técnicas y métodos para captar leads y Social Leads
 - Social Login en web
 - Soporte al cliente basado en Social Login
 - Wifi para captar Social Leads
 - Contenido descargable
 - Email marketing
 - Video marketing
 - Ads
 - Marketing en buscadores
 - Co-branding
 - Campañas interactivas
 - Técnicas offline

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING RELACIONAL

1. Características del marketing relacional
2. Tipos de relaciones con los clientes

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 8. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MOTORES DE BÚSQUEDA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1. Rastreo e indexación
2. Algoritmos de búsqueda
3. Aparecer en Google
4. Google PageRank
5. Autoridad de dominio y autoridad de página

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PALABRAS CLAVE

1. Long tail keywords
2. Keyword research

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 9. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO Y POSICIONAMIENTO PATROCINADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO

1. Search engine optimization
 - Funciones SEO
 - SEO manager
2. Estrategias SEO
 - Black hat SEO
 - Grey hat SEO
 - White hat SEO
3. Herramientas SEO
4. Técnicas SEO
 - Técnicas SEO on page
 - Técnicas SEO off page

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POSICIONAMIENTO PATROCINADO

1. Search engine marketing
 - Objetivos
 - Ventajas y desventajas
 - Conceptos básicos de una estrategia SEM
2. Campaña de SEM
 - Método para comprar publicidad
 - Algoritmos y métricas relevantes
 - Concordancia

3. Google Ads
 - Creación de una cuenta
 - Estructura de la campaña
 - Tipologías de campaña
 - Formatos de anuncio
 - Objetivos de la campaña
 - Presupuesto y pujas
 - Segmentación por audiencias
 - Medición de los resultados
 - Optimización de la campaña

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 10. LOS DATOS Y SU IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL BIG DATA

1. ¿Qué es el big data?
2. Historia del big data
3. Big data enfocado a los negocios
4. Open data
5. IoT (Internet of Things)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BUSINESS INTELLIGENCE

1. Beneficios y factores de riesgo del business intelligence
2. Herramientas de business intelligence

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DATA WAREHOUSE

1. Arquitectura
2. Fases de implantación
 - Definición de los objetivos
 - Definición de los requerimientos de información
 - Diseño y modelización
 - Implementación
 - Revisión
3. Ventajas del data warehouse
 - Rapidez para el acceso a documentos y datos
 - Datos útiles a corto, medio y largo plazo
 - Promueve una toma de decisiones más certera
 - Agiliza la comunicación entre los diferentes departamentos de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTA POWER BI

1. Tipos de visualización en Power BI

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE DATOS EN EL DEPORTE

1. Biometría deportiva
2. Empresas dedicadas al análisis de datos deportivos

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 11. MARKETING DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE MARKETING DEPORTIVO

1. Marketing de eventos deportivos
2. Marketing de productos o servicios deportivos
3. Marketing de entidades o deportistas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNCIONES DEL MARKETING DEPORTIVO

1. Reconocimiento de marca
2. Promoción de nuevos productos o servicios
3. Aumento de la audiencia y los ingresos
4. Servicio público

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONSUMIDOR DEPORTIVO

1. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor deportivo
 - Necesidades del consumidor
 - Factores sociales y culturales
 - Variables psicológicas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EVENTOS DEPORTIVOS

1. Protocolo de organización de un evento deportivo
 - Antes del evento
 - Durante el evento
 - Después del evento

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 12. MARKETING DIGITAL DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL EN LAS ENTIDADES DEPORTIVAS

1. Tipos de entidades deportivas
 - Gimnasios y centros de fitness
 - Clubes deportivos
 - Universidades y colegios
2. Estructura del plan de marketing
 - Análisis situacional
 - Definición del público objetivo
 - Fijación de objetivos
 - Planteamiento de las estrategias
 - Seguimiento y análisis de resultados

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 13. E-SPORTS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS E-SPORTS

1. Historia de los e-sports

2. Plataformas de transmisión
3. Tratamiento mediático

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES STAKEHOLDERS EN LOS E-SPORTS

1. Jugadores
2. Entrenadores
3. Equipos
4. Organizadores
5. Sponsors
6. Medios de comunicación
7. Comunidad de fans
8. Casters
9. Academias de aprendizaje y entrenamiento
10. Inversores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES COMPETICIONES DE E-SPORTS A NIVEL MUNDIAL

1. Requisitos de los videojuegos para ser considerados e-sports
 - Enfrentamiento entre dos o más jugadores
 - Existencia de ligas y competiciones oficiales
 - Cifra significativa de aficionados
2. Competiciones principales
 - Campeonato Mundial de League of Legends
 - Copa Mundial de Overwatch
 - International Dota 2 Championship

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEPORTES ELECTRÓNICOS EN ESPAÑA

1. Principales e-sports en España
 - League of Legends
 - Counter-Strike Global Offensive (CSGO)
 - Clash Royale
 - FIFA
 - Call of Duty

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 14. MARKETING GAMING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE SOCIAL GAMING

1. Social gaming y marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TENDENCIAS DE E-SPORTS Y GAMING

1. Inclusión de la red 5G
2. Juegos para móviles
3. Expansión de la realidad virtual
4. Mayor presencia de influencers
5. Penetración del social gaming
6. Mejora de los gráficos
7. Monetización según suscripciones

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 15. ESTRATEGIAS DE MARKETING E-SPORT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DE CONTENIDOS

1. Ideas de contenidos para la audiencia de los e-sports
 - Contenido largo
 - Contenido detallado
 - Dar importancia a la estructura del contenido
 - Contenido variado: video, audio y texto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING VIRAL

1. Estrategias de marketing viral
 - Estrategia “pásalo”
 - Estrategia de marketing encubierto
 - Estrategia de marketing viral incentivado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ACTIVACIONES DE MARCA

1. Principales activaciones de marca
 - Activación verbal
 - Activación visual
 - Activación mixta BTL

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 16. PATROCINIO Y PUBLICIDAD EN E-SPORTS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE PATROCINIO DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL PATROCINIO DEPORTIVO

1. Detectar qué objetivos se quieren conseguir mediante el patrocinio
2. Decidir a quién o qué se quiere patrocinar según los objetivos
3. Activar el patrocinio
4. Evaluar su impacto final

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE PATROCINIOS EN E-SPORTS

1. Económico
2. Material
3. Nominativo
4. Personal

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PUBLICIDAD EN E-SPORTS

1. Rentabilidad publicitaria en e-sports
2. Advergaming

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

