

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA

Clave: AEF 107

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA CULTURA FÍSICA

SECRETARÍA ACADÉMICA

PROGRAMA DEL SEMINARIO:

Marketing Deportivo

Elaboró:

M.M. Edgar Borunda Zueck

Colaboró

M.C. Yesika Reyes Acosta

DES:

SALUD

Programa Educativo:

Licenciatura en Entrenamiento
Deportivo

Área de Formación:

Optativa

Área Curricular

Gestión

Clave de la materia:

NT103

Semestre:

8vo

N° de Créditos:

Total de horas por semana:

8

Horas de teoría:

1

Horas de taller:

2

Horas de laboratorio:

1

Horas de práctica:

3

Prácticas complementarias (no aplica
para el total de horas del semestre):

2

Trabajo independiente (no aplica para el
total de horas del semestre):

0

Total de horas Semestre:

128

Materia (s) prerequisite (s):

Ninguna

Fecha de actualización

Marzo 2023

Descripción del curso

La asignatura justifica su espacio en el currículo, al desarrollar en el estudiante competencias en el campo de la mercadotecnia deportiva, a través de aplicar sus principios para comprender sus estrategias y normas relacionadas con la comercialización de la cultura física y el deporte.

El curso le ofrece al estudiante aprendizajes relacionados con el manejo comercial de organizaciones nacionales e internacionales, sus estrategias para posicionamiento de marcas, servicios, ideas, personas, bienes, experiencias, eventos, lugares y organizaciones deportivas.

En su específico de entrenamiento deportivo, le permitirá enfocar las estrategias para lograr llevar a cabo la actividad física mediante canales de comunicación óptimos tanto con elementos internos como externos de núcleo donde se desarrolle.

Problema del contexto:

Abordará elementos técnicos suficientes para que el estudiante proponga estrategias de acuerdo a su realidad, de promoción y comercialización de productos y servicios útiles al mercado deportivo y de la cultura física.

Competencia a desarrollar

Básicas

1. Sociocultural

Evidencia respeto hacia valores, costumbres, pensamientos y opiniones de los demás, apreciando y conservando el entorno.

2. Solución de problemas

Emplea las diferentes formas de pensamiento, (observación, análisis, síntesis, reflexión, inducción, inferir, deducción, intuición, inteligencias múltiples), para la solución de problemas, aplicando un enfoque sistémico.

3. Comunicación

Utiliza diversos lenguajes y fuentes de información para comunicarse efectivamente.

4. Emprendedor

Expresa una actitud emprendedora al desarrollar su capacidad creativa e innovadora para interpretar y generar proyectos productivos de bienes y servicios.

5. Trabajo en grupo y liderazgo

Interactúa en grupos inter, multi y transdisciplinarios de forma colaborativa para compartir conocimientos y experiencias de aprendizajes que contribuyan a la solución de problemas; y coordina la toma de decisiones que inspiran a los demás al logro de las metas de desarrollo personal y social.

Profesionales

7. Investigación en Administración, Salud y Educación

Desarrolla y aplica la capacidad de investigación de fenómenos biológicos, psicológicos y sociales, para la solución de problemas del individuo y la sociedad.

Específicas

14. Administración para la Educación Física

Competencia que promueve en la formación del estudiante, dominios orientados a desarrollar su creatividad, iniciativa y emprendimiento, mediante desempeños pertinentes, así como evaluar y dar seguimiento a sus decisiones, que le permitan desarrollar competencias en una realidad concreta, en diversos contextos socioeconómicos, en ambientes complejos y de sustentabilidad y en colaboración con equipos multi y transdisciplinarios.

Brinda soporte tipo instrumental para el desarrollo de aprendizajes para la enseñanza y práctica de la educación física para el diseño y aplicación de planes y programas orientados a la educación básica, actividades con enfoque a la salud y bienestar de grupos y colectividades.

OBJETOS DE ESTUDIO	COMPETENCIAS	DOMINIOS	METODOLOGÍA	EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Objeto de estudio 1</p> <p>Fundamentos de Mercadotecnia</p> <p>1.1 Conceptos fundamentales de Mercadotecnia</p> <p>1.2 Marco Legal y Ético de la Mercadotecnia</p> <p>1.3 Mercadotecnia de la cultura física y el deporte</p> <p>1.4 Logística de Proyectos en entrenamiento Deportivo</p> <p>1.5 Logística de Eventos Deportivos</p>	<p>Básicas:</p> <p>1.Sociocultural</p> <p>3.Comunicacion</p>	<p>1.4 Se identifica con la cultura de nuestro estado y país</p> <p>1.11 Analiza los fenómenos de globalización y desarrollo sustentable a partir de diferentes perspectivas.</p> <p>1.12 Participa activamente en procesos de creación, conservación y difusión cultural.</p> <p>3.3 Demuestra dominio básico en el manejo de recursos documentales y electrónicos que apoyan a la comunicación y búsqueda de información (Internet, correo electrónico, audio, conferencias de voz, entre otros).</p> <p>3.5 Recopila, analiza y aplica información de diferentes fuentes.</p>	<p>Exposición del Profesor</p> <p>Lecturas complementarias</p> <p>Videos</p> <p>Mesas de discusión</p> <p>Tablas de Caracterización</p>	<p>-Analiza e interpreta la literatura propuesta.</p> <p>-Reporta por escrito el análisis del video propuesto.</p> <p>-Discusión y argumentación sobre temas de actualidad, en relación a problemas científicos sociales y culturales.</p> <p>-Mediante un Diagrama de Gantt explica el desarrollo de un proyecto y evento deportivo.</p>	<p>-Exámenes problematizadores,</p> <p>-Rubrica para evaluar una presentación de diapositivas</p>

<p>Objeto de estudio 2</p> <p>El consumidor de la cultura física y el deporte</p> <p>2.1 Comportamiento del consumidor deportivo</p> <p>2.2 Publicidad y comunicación masiva</p> <p>2.3 El producto deportivo como producto virtual y su ciclo de vida.</p> <p>2.4 Taller: Casos Mercadológicos exitosos en el deporte y la cultura física con base al área de entrenamiento.</p>	<p>Básicas:</p> <p>2. Solución de Problemas</p> <p>3. Comunicación</p>	<p>2.2 Analiza los diferentes componentes de un problema y sus interrelaciones.</p> <p>2.5 Emplea diferentes métodos para establecer alternativas de solución de problemas.</p> <p>3.1 Desarrolla su capacidad de comunicación verbal en forma efectiva.</p> <p>3.5 Recopila, analiza y aplica información de diferentes fuentes.</p>	<p>Exposición del Profesor</p> <p>Lecturas complementarias</p> <p>Taller para delimitar o seleccionar casos de estudios</p>	<p>-Analiza e interpreta la literatura propuesta.</p> <p>-Planteamiento de problemas y sus posibles soluciones.</p> <p>- Presentación de trabajos escritos de traducción del inglés al español.</p>	<p>-Exámenes problematizadores,</p> <p>-Rubrica para evaluar una presentación de diapositivas</p>
<p>Objeto de estudio 3</p> <p>Producción de Publicidad y Mercadotecnia</p> <p>3.1 Taller de Producción Impresa y Medios</p> <p>3.2 Taller de publicidad (enfocado a publicitar las actividades deportivas ofrecidas por la FCCF)</p> <p>3.3 Publicidad vs Mercadotecnia Deportiva</p>	<p>Basicas:</p> <p>3. Comunicación</p> <p>5. Trabajo en grupo y liderazgo</p>	<p>3.1 Desarrolla su capacidad de comunicación verbal en forma efectiva.</p> <p>3.5 Recopila, analiza y aplica información de diferentes fuentes.</p> <p>5. 1. Participación en la elaboración y ejecución de planes y proyectos mediante el trabajo en equipo.</p> <p>5.5 Desarrolla y estimula una cultura de trabajo en equipo</p>	<p>Exposición del Profesor</p> <p>Lecturas complementarias</p> <p>Vídeos</p> <p>Mediante un Diagrama de Gantt explica el desarrollo de un proyecto de publicidad</p>	<p>- Analiza e interpreta la literatura propuesta</p> <p>-Preparación y presentación oral de sus trabajos, apoyándose en materiales audiovisuales e incluyendo conclusiones estadísticas cuando así lo requiera.</p> <p>-Presentación de planes y programas de acción, producto del</p>	<p>-Presentación de campaña publicitaria de las carreras que ofrece la FCCF.</p> <p>-Rubrica para evaluar una presentación de diapositivas</p>

		hacia el logro de una meta común.		trabajo individual y grupal.	
<p>Objeto de estudio 4</p> <p>Proyecto Emprendedor Individual</p> <p>4.1 Estudio de Mercado. 4.2 FODAs 4.3 Objetivos Cuantitativos y Cualitativos. 4.4 Control y Propuestas de mercadotecnia.</p>	<p>Basicas:</p> <p>4. Emprendedor</p> <p>5. Trabajo en grupo y liderazgo</p> <p>Profesionales:</p> <p>7. Investigación en Administración, Salud y Educación</p> <p>Especificas:</p> <p>14. Administración para la Educación Física</p>	<p>4.1 Genera y ejecuta proyectos productivos con responsabilidad social y ética.</p> <p>4.2 Adapta el conocimiento y habilidades al desarrollo de proyectos.</p> <p>4.3 Demuestra capacidad de generación de empleo y autoempleo.</p> <p>4.4 Aprovecha óptimamente los recursos existentes.</p> <p>5. 1. Participación en la elaboración y ejecución de planes y proyectos mediante el trabajo en equipo.</p> <p>7.3 Explica la influencia del micro y macro ambiente en la persona.</p> <p>14.3 Diseña y rediseña propuestas de gestión, viables de aplicar en diferentes contextos.</p>	<p>Exposición del Profesor</p> <p>Realización de un estudio de mercado</p> <p>Elaboración de un plan de mercadotecnia</p>	<p>-Creación, diseño y presentación de proyectos.</p> <p>-Presentación de proyectos que evidencien su creatividad y el trabajo en equipo.</p> <p>-Exposición de productos integradores utilizando diferentes instrumentos que brinda la administración para el diseño, propuestas y aplicación de planes y programas orientados a la actividad física y recreación.</p> <p>Genera anteproyectos (individuales y/o en trabajo colaborativo)</p>	<p>-Presentación de resultados de estudio de mercado.</p> <p>-Presentación de plan de mercadotecnia del proyecto emprendedor.</p> <p>-Rubrica para evaluar una presentación de diapositivas</p>

--	--	--	--	--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
<p>Fernández R., V. (2016), Manual Para Elaborar Un Plan de Mercadotecnia Mexico: Prentice Hall. Garcia, P. (2013), Cortometraje "Cuerdas", La Fiesta P.C.</p> <p>Gutierrez, N. (2017). Historia del marketing deportivo. Bogota, Colombia: hgyt.</p> <p>Kotler, P. (2017). Fundamentos de marketing. México: Editorial Pearson</p> <p>Martel, F. (2018). Cultura Mainstream, Como nacen los fenómenos de masas, España: Santillana Ediciones.</p> <p>Spurlock, Morgan. (2004), Super size me (Super engordame). (Valinas & Fernandez Valinas, 2004)</p> <p>Tom Connellan, T. (2012). Las 7 Claves del éxito de Disney (Valinas & Fernandez Valinas, 2004), México: Panorama.</p> <p>Valinas, R. F., & Fernandez Valinas, R. (2017). Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. Mexico: Prentice Hall.</p> <p>Valles, Y. & Arroyo, D. L. (2019). El Poder de una Marca - Pag. 30-35, Revista del Instituto Tecnológico de Monterrey.</p> <p>- Disney Institute. (2018). Servicio al cliente (casos para analizar).</p> <p>- Galeano, S. (2021) Qué es el marketing deportivo y cómo ha evolucionado en la era digital, México, Marketing4ecommerce</p> <p>https://marketing4ecommerce.mx/marketing-deportivo-que-es-y-como-ha-evolucionado/</p> <p>Escorihuela, A (2022) Marketing deportivo o publicidad deportiva: qué es, tipos y ejemplos, México, INBOUNDCYCLE</p> <p>https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-deportivo-que-es</p>	<p>Primera evaluación 20%: -Participación, evidencias de desempeño (saberes, haceres actitudes) horas teoría laboratorio, taller, trabajo independiente -Evaluación por rubrica</p> <p>Segunda evaluación 20%: -Participación, evidencias de desempeño (saberes, haceres actitudes) horas teoría laboratorio, taller, trabajo independiente -Evaluación por rubrica</p> <p>Tercer evaluación 30%: -Participación, evidencias de desempeño (saberes, haceres actitudes) horas teoría laboratorio, taller, trabajo independiente -Evaluación por rubrica -Producto Integrador: Campaña publicitaria de las carreras que ofrece la FCCF.</p> <p>Cuarta evaluación 30%: -Participación, evidencias de desempeño (saberes, haceres actitudes) horas teoría laboratorio, taller, trabajo independiente -Evaluación por rubrica -Producto Integrador: Anteproyecto emprendedor (Plan de Mercadotecnia)</p>

--	--

CRONOGRAMA DEL AVANCE PROGRAMÁTICO

SEMANAS

Objetos de Estudios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Objeto de estudio 1:	X	X	X													
Objeto de estudio 2:				X	X	X										
Objeto de estudio 3:							X	X	X	X						
Objeto de estudio 4:											X	X	X	X	X	X

"Educar para la vida, a través del movimiento"

RÚBRICA PARA EVALUAR UNA PRESENTACIÓN DE DIAPOSITIVAS

ASPECTOS	4 EXCELENTE	3 SATISFACTORIO	2 MEJORABLE	1 INSUFICIENTE
Portada y título	La portada y título se ajustan muy bien a los contenidos de la presentación. El título es sugerente y muy creativo.	La portada y el título se ajustan bien a los contenidos de la presentación. El título es atractivo.	La portada y el título se ajustan suficientemente al contenido de la presentación.	La portada y el título no se ajustan a los contenidos de la presentación.

Índice	En el índice aparecen muy bien reflejados todos los apartados del tema consultado	En el índice aparecen bien reflejados los apartados del tema consultado	En el índice aparecen los apartados suficientes del tema consultado	En el índice no aparecen los aspectos principales del tema consultado
La presentación...	Respeto muy bien el índice.	Respeto bien el índice.	Respeto suficientemente el índice.	En su mayoría no respeta el índice.
La información	Aparece muy ordenada, es coherente. Existe una gran relación entre texto e imagen.	Aparece ordenada y, en su mayoría es coherente. Casi siempre existe relación entre el texto y la imagen.	Es suficientemente ordenada y coherente. Algunas veces, no existe relación entre el texto y la imagen.	En muchos casos es desordenada e incoherente. y no hay relación entre imagen y texto.
El nivel lingüístico	Es muy apropiado para explicar a los compañeros.	La mayoría de las veces es apropiado para explicar a los compañeros.	Algunas veces, es apropiado para explicar a los compañeros, y otra no.	La mayoría de las veces es inapropiado para ser entendido por los compañeros
El texto	Resume muy claramente la información esencial.	Resume bien la información esencial.	Resume suficientemente la información esencial.	No resume la información esencial.
Otros recursos	A lo largo de la presentación, aparecen imágenes, referencias direcciones de Internet (3-4) y vídeos relacionados con el tema (3) opcionales según el caso	En la mayoría de la presentación, aparecen imágenes, direcciones de Internet (2-1) y vídeos relacionados con el tema (2) opcionales según el caso	En parte de la presentación, aparecen imágenes, direcciones de Internet (1) y vídeos relacionados con el tema (1) opcionales según el caso	Presentación pobre en imágenes, y sin direcciones de Internet ni vídeos. Si aparecen, no tienen que ver con el tema. Opcionales según el caso
La ortografía	No existen errores ortográficos.	La ortografía es buena. Falta algún acento.	La ortografía es suficiente pero existen dos faltas de ortografía.	Existen importantes fallos ortográficos.