



BARÇA
INNOVATION HUB
Universitas

DIPLOMADO

COMUNICACIÓN DEPORTIVA Y FAN ENGAGEMENT

100% ONLINE

8 MESES

APRENDE DE LOS MEJORES | VIVE UNA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE ÚNICA | SÉ PARTE DE UNA RED GLOBAL

INFORMACIÓN

APRENDE A:

Dominar aspectos centrales de una estrategia de comunicación externa.

Mejorar la función de relaciones públicas en las organizaciones deportivas y la capacidad de identificar posibles amenazas de relaciones públicas y estrategias apropiadas para responder ante crisis que se ejecuten a través de medios tradicionales y medios sociales para corregir estos problemas.

Crear un plan de marketing digital.

Construir una marca en línea.

Crear un plan de contenidos y comunicaciones.

Desarrollar un entendimiento más detallado sobre Fan Engagement: su definición, historia, principios, prácticas y fundamentos.

Entender la naturaleza de los aficionados y la afición para poner a los fanáticos en el centro de la actividad de clubes, ligas y/o asociaciones nacionales.

Crear una estrategia de Fan Engagement y diseñar una experiencia óptima para los aficionados, incluyendo todos los 'puntos de contacto' relevantes y para todos los segmentos clave de los aficionados.

Crear una cultura de fidelización en una asociación, liga o club (liderazgo en Fan Engagement).



MODALIDAD VIRTUAL

DURACIÓN 8 MESES

TIPO DE FORMACIÓN EXECUTIVE EDUCATION

IMPARTIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

DOCENTES



Jimmy Sanderson

Profesor Asistente en el Departamento de Kinesiología y Gestión Deportiva de la Universidad Tecnológica de Texas. Investiga activamente la influencia de las redes sociales en el deporte y es consultor de organizaciones deportivas en materia de gestión de redes sociales.



Sean D. Williams

Ph.D., profesor y miembro del Spiro Institute for Entrepreneurial Leadership de la Universidad de Clemson.



Geoff Wilson

Estratega deportivo que hace hincapié en organizaciones deportivas y negocios involucrados en el deporte alrededor del mundo. Actualmente trabaja como consultor en comunicación y marketing para clientes como UEFA, AFC, FIFA, FIBA y el Ulster Grand Prix.



Mark Bradley

Mentor de la UEFA. Director de "The Fan Experience Company."

PROGRAMA

1. Problemas de comunicación en organizaciones deportivas

MÓDULO 1: Descripción del rol de la comunicación en las organizaciones deportivas

Unidad 1: El rol de la comunicación en las organizaciones deportivas

Unidad 2: Desafíos exclusivos de las organizaciones deportivas

MÓDULO 2: Historia de los medios en las comunicaciones deportivas y colaboración con los periodistas

Unidad 1: Diferencias entre los medios de comunicación

Unidad 2: Forjar relaciones con los medios

MÓDULO 3: Elaboración de mensajes para medios tradicionales y digitales

Unidad 1: Comprender los diferentes tipos de canales y medios de comunicación

Unidad 2: Usos eficaces de los medios sociales en las organizaciones deportivas

MÓDULO 4: Creación de una estrategia de comunicación para maximizar el impacto

Unidad 1: La importancia de una estrategia de comunicación por escrito

2. Relaciones públicas en organizaciones deportivas

MÓDULO 1: Las bases de las relaciones públicas en los deportes

Unidad 1: Conceptos básicos de las relaciones públicas en los deportes

Unidad 2: Relaciones públicas y mensajes en los deportes

MÓDULO 2: El panorama cambiante de las relaciones públicas en los deportes: del modelo de información deportiva al modelo de comunicación activa

Unidad 1: Cómo convertirse en su propia agencia de RR. PP.

Unidad 2: Gestión de las relaciones públicas en los deportes

MÓDULO 3: Relaciones públicas en los deportes y comunicación durante crisis

Unidad 1: Comprensión de la comunicación durante crisis

Unidad 2: Estrategias de respuesta ante crisis

MÓDULO 4: Relaciones públicas en los deportes y medios sociales y digitales

Unidad 1: Práctica de relaciones públicas en los deportes con medios sociales

3. Estrategias, marcas y comunicaciones en línea

MÓDULO 1: Tendencias, investigaciones y auditorías digitales

Unidad 1: Tendencias

Unidad 2: Investigaciones y auditorías digitales

MÓDULO 2: estrategias de marketing digital y marcas en línea

Unidad 1: estrategias de marketing digital

Unidad 2: Marcas en línea.

MÓDULO 3: Comunicaciones

- Introducción al módulo de comunicaciones

- Transmisión de tu mensaje

- Relaciones públicas en línea: introducción

- Canales de club comunicaciones para promocionar - web y posicionamiento en buscadores (SEO), correo electrónico, aplicaciones, redes sociales, publicidad en línea

- Técnicas para un comunicado de prensa efectivo

- Técnicas para tomar una foto

MÓDULO 4: Plan de contenidos y gestión de crisis

Unidad 1: Plan de contenidos

Unidad 2: Gestión de crisis

PROGRAMA

4. Generación de ingresos y compromiso con los fanáticos

MÓDULO 1: Data y recursos

Unidad 1: Información y SVC

Unidad 2: Recursos

MÓDULO 2: Fuente de ingresos digitales

Unidad 1: Fuente de ingresos digitales

Unidad 2: Foco específico en entradas y merchandising y OTT

MÓDULO 3: Fan engagement y eSports

Unidad 1: Fan engagement

Unidad 2: eSports.

MÓDULO 4: Juegos de fantasía y Growing Attendance Model (GAM)

Unidad 1: Juegos de fantasía

Unidad 2: Growing Attendance Model (GAM)

5. ¿Por qué fan engagement? Definición, principios y fundamentos

MÓDULO 1: El origen del Fan Engagement

MÓDULO 2: Definición de aficionados

MÓDULO 3: El fundamento de la participación de los aficionados

MÓDULO 4: Crear una estrategia de Fan Engagement

6. Fidelización de los aficionados

MÓDULO 1: Identidad del club: ¿'Misma canción, distinta letra'?

MÓDULO 2: Entender y fidelizar la base de aficionados

MÓDULO 3: Dar valor a las experiencias de los aficionados

MÓDULO 4: Personas y culturas

7. ¿Qué es un aficionado? Entender la naturaleza de la afición

MÓDULO 1: Aficionado versus cliente: un amor basado en fricción, emoción e irracionalidad

MÓDULO 2: Comprendiendo el comportamiento de los aficionados

MÓDULO 3: Consulta a los aficionados y un diálogo estructurado

MÓDULO 4: Incrementando la participación (datos e indicadores)

8. Liderazgo: crear y mantener una cultura de fidelización

MÓDULO 1: Una introducción al liderazgo en Fan Engagement

MÓDULO 2: Un modelo de fidelización

MÓDULO 3: Participación de la comunidad

MÓDULO 4: Incorporar el Fan Engagement

EXPERIENCIA

Toda tu experiencia de aprendizaje tendrá lugar en una plataforma virtual donde encontrarás todos los recursos que necesitas para estudiar.

LECTURAS

que abordan los principales temas.

VIDEOS

que profundizan algunos temas de las lecturas.

ACTIVIDADES

para aplicar los contenidos abordados en cada módulo.

RÚBRICAS

para evaluarte en el transcurso del módulo.

EXPERTO VIRTUAL

En todos los cursos contarás con el acompañamiento, soporte y seguimiento virtual de parte de un experto en la temática. Este experto virtual realizará intervenciones a lo largo de los diferentes módulos para garantizar tu aprendizaje, así como la interacción con el resto de tus compañeros.

Además, estará disponible a través del foro y por mensajería interna para que puedas acudir a él las veces que necesites.

FOROS

donde podrás interactuar con tus compañeros.

AUTOEVALUACIONES

que te ayudarán a medir el progreso de tu aprendizaje.

BENEFICIOS

Contenido world-class, diseñado por expertos y de aplicación inmediata en el ámbito profesional.

Acceso al material de estudio las 24 horas, donde quieras y desde cualquier dispositivo.

Feedback personalizado en todas las actividades y consignas, individuales y grupales.

Espacios de debate e interacción con profesionales de la industria de todas partes del mundo.

Certificado de participación por cada curso, emitido y avalado por Barça Innovation Hub - Universitat. En caso de aprobar cada uno de los cursos que conforman el programa, y de realizar y aprobar el examen final integrador, recibirás además un Certificado de Aprobación Verificado con validación de identidad por el programa integral, emitido y avalado por Barça Innovation Hub - Universitat.



BARÇA
INNOVATION HUB
Universitas

CREANDO UNA NUEVA GENERACIÓN DE PROFESIONALES DEL DEPORTE

