



BARÇA
INNOVATION HUB
Universitas

DIPLOMADO

**MARKETING DIGITAL,
PATROCINIO Y
COMUNICACIÓN EN EL
DEPORTE**

100% ONLINE

8 MESES

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

INFORMACIÓN

APRENDE A:

Incorporar al marketing como disciplina en la gestión de actividades deportivas

Analizar, crear y gestionar productos y servicios en el deporte.

Identificar y captar marcas que inviertan en el mercado deportivo.

Aprovechar oportunidades de generación de acciones con los patrocinadores en el deporte.

Crear una estrategia de comunicación externa exitosa.

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.



MODALIDAD VIRTUAL

DURACIÓN 8 MESES

TIPO DE FORMACIÓN EXECUTIVE EDUCATION

IMPARTIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

DOCENTES

James Condo

Director de ETERNO Consulting. Profesor adjunto en Florida Atlantic University.



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.

PROGRAMA

1. Pilares del marketing deportivo

MÓDULO 1: Introducción al marketing deportivo

Unidad 1: Introducción al marketing deportivo

MÓDULO 2: Métodos y herramientas del marketing deportivo

Unidad 1: Métodos y herramientas del marketing deportivo

MÓDULO 3: Creación del plan de marketing deportivo

Unidad 1: Creación del plan de marketing deportivo

MÓDULO 4: Integración

2. Gestión de productos y servicios deportivos

MÓDULO 1: Gestión de productos y servicios

Unidad 1: Gestión de productos y servicios

MÓDULO 2: Ejecución del plan de productos y servicios

Unidad 1: Ejecución del plan de productos y servicios

MÓDULO 3: Estrategia de desarrollo de productos

Unidad 1: Estrategia de desarrollo de productos

MÓDULO 4: Integración

3. Patrocinio deportivo

MÓDULO 1: Administración de la marca deportiva

Unidad 1: Administración de la marca deportiva

MÓDULO 2: Prospección de patrocinadores potenciales

Unidad 1: Prospección de patrocinadores potenciales

MÓDULO 3: Preparación previa y cierre de la venta de patrocinio

Unidad 1: Preparación previa y cierre de la venta de patrocinio

MÓDULO 4: Integración

4. Activación del patrocinio deportivo

MÓDULO 1: Fases de la activación del patrocinio

Unidad 1: Activación del patrocinio

MÓDULO 2: Tipos de activación y maximización del patrocinio

Unidad 1: Tipos de activación

MÓDULO 3: Indicadores claves de la activación del patrocinio

Unidad 1: Indicadores claves de la activación del patrocinio

MÓDULO 4: Lectura Integrativa

PROGRAMA

5. 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

6. 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

7. 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

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



PROGRAMA

8. 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)