

The background of the entire page is a blue-tinted photograph of a man in a dark suit and tie, sitting at a desk and gesturing with his right hand as if presenting. In the upper left corner, a soccer ball is visible. In the upper center, a clock face is partially visible. The right side of the image is dominated by a large, stylized graphic of concentric, curved lines that resemble a target or a data visualization element.

MARKETING ANALYTICS ORIENTADO A LA INDUSTRIA DEPORTIVA

CURSO

- CONMEBOL -
EVOLUCIÓN

MARKETING ANALYTICS ORIENTADO A LA INDUSTRIA DEPORTIVA

01.

Descripción

Perfil de Egresado

La creciente profesionalización de la industria deportiva en todas sus áreas ha llevado a que diversos conceptos, tradicionalmente ligados al ámbito comercial, comiencen a cobrar una relevancia fundamental en el desarrollo saludable de las instituciones.

Está cada vez más claro que la lealtad del aficionado en sí misma no alcanza para mantener a los clubes de fútbol, por lo que contar con una estrategia de Marketing Analytics es menester para aquellos que pretendan generar y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Manejar las herramientas necesarias para lograrlo (tanto digitales como tradicionales), identificar el comportamiento de los aficionados en términos de potenciales clientes y optimizar los recursos disponibles son considerados hoy como un aspecto crucial para alcanzar eficacia y sostenibilidad institucional.

EL CERTIFICADO le otorgará al egresado la capacidad para desempeñarse con conocimiento, aptitudes y habilidades en el ámbito de marketing analytics en organizaciones deportivas. Los participantes tendrán la capacidad de manejar términos y herramientas para trabajar en equipo, crear, innovar, comunicar efectivamente y resolver problemas en el marco comercial de las organizaciones deportivas de manera alineada según los intereses del entorno profesional y organizacional



DURACIÓN

4 MESES



NÍVEL

CURSO



DOCENTE EXPERTO

Alejandro Varsky

OBJETIVOS

02.

Brindar las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar un modelo de marketing comercial competitivo en base a analytics que pueda implementarse en instituciones deportivas.

DIRIGIDO A:

A todas aquellas personas que busquen familiarizarse o profundizar sus conocimientos en gestión y habilidades en relación al Marketing Analytics en organizaciones deportivas. A aquellos profesionales y responsables en la toma de decisiones que deseen dar un salto de calidad y profesionalización en su organización adquiriendo conocimientos específicos sobre los aspectos principales de la gestión de recursos con fines comerciales.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

- Desarrollar competencias para profesionalizar la gestión de marketing analytics dentro de una organización deportiva
- Lograr un efectivo reconocimiento de las necesidades de las organizaciones en materia de Marketing Comercial
- Entender la función de Marketing Analytics y ser capaces de aplicar los conocimientos adquiridos de manera estratégica
- Incorporar las herramientas y los conocimientos necesarios para el correcto desempeño del rol en una organización deportiva

Herramientas de Medición en Sports Marketing Analytics

Unidad 1: Fuentes de Datos

Unidad 2: Reputación online

Unidad 3: Etiquetado web y analítica de campañas online

Unidad 4: Medición de campañas offline

Estrategia de Sports Marketing Analytics

Unidad 1: Bases de una Estrategia de Marketing Analytics

Unidad 2: El tránsito del consumidor

Unidad 3: Las áreas de análisis de una estrategia de marketing analytics

Unidad 4: Cálculo de ROI y modelos de atribución

CRM Analytics aplicado al Marketing Deportivo

Unidad 1: Customer Lifetime Value (CLV)

Unidad 2: Online customer analytics

Unidad 3: Conversión online

Unidad 4: Customer relationship management (CRM)

Sports Marketing Intelligence

Unidad 1: Recolección de información externa

Unidad 2: Del dato a la información para la toma de decisiones

Unidad 3: Presentación de la información

Unidad 4: Implementación de Marketing Analytics