

## CURSO

# MARKETING DEPORTIVO

Aval:  
Instituto Superior Tecnológico Libertad

### Presentación y Objetivo:

Introducir a los participantes en los principios fundamentales del marketing aplicado al deporte, desde la perspectiva estratégica y táctica, con el fin de que estos puedan entender el impacto que esta filosofía de gestión tiene en la industria del deporte.

### Contenido Programático:

#### Módulo 1: El contexto del marketing deportivo

- La industria en cifras: PIB global, sectorial, por disciplina.
- Los actores de la industria del deporte.
- El ecosistema deportivo: roles de cada actor.

#### Módulo 2: El nuevo consumidor del deporte

- El mercado de la actividad físico corporal, la recreación y el deporte.
- Características del nuevo consumidor.
- Factores que influyen en sus conductas de compra.
- El proceso de decisión de compra del consumidor deportivo.
- El consumidor digital.

#### Módulo 4: La empresa deportiva

- El marketing deportivo como filosofía empresarial.
- La estructura de una empresa deportiva.
- La unidad económica.
- Las áreas y funciones del negocio deportivo como determinantes de su estructura.

#### Módulo 5: Estrategia de marketing

- El concepto producto/mercado: ventajas y beneficios para el cliente.
- La ventaja competitiva.
- La propuesta única de ventas y sus niveles de beneficios.
- Segmentación y posicionamiento.
- El plan de ventas.
- Social media plan.



## CURSO ONLINE



### Modalidad:

Virtual  
Zoom, Classroom de google y Telegram



### Dirigido a:

Todas aquellas personas que tengan un emprendimiento o deseen impulsar alguno en el área deportiva.



### Duración:

20 horas



### Requisitos:

- Copia de Cédula.
- Formulario de Inscripción.



### Inversión:

**Precio normal:** \$120

**Promoción:** 50% descuento estudiante istl  
\$60



### Incluye:

- Material de Apoyo Digital.
- Acompañamiento en el proceso de capacitación.
- Certificado de Aprobación con Aval ISTL

### Módulo 6: Administración de los ingresos genuinos.

- ¿Qué son los ingresos genuinos?
- Dualidad "Fuentes vs. Formas de producto".
- El patrocinio como fuente de generación de ingresos.
- Los negocios de una marca.
- Publicidad como producto para el anunciante.
- Monetización digital de la experiencia del fans.
- Los programas de fidelización y administración de relaciones con el cliente.