

CURSO

MARKETING DEPORTIVO



Más Información

093 947 5670



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 3: 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 4: 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.

Solicita este curso privado para tu empresa bajo la Modalidad de tu Preferencia.



Modalidad:

Virtual



Dirigido a:

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



Duración:

20 horas



Requisitos:

- Copia de Cédula



Inversión:

Precio normal: \$135

Promoción: Descuento para Estudiantes y Egresados del ISTUL



Incluye:

- Acompañamiento en el proceso de capacitación.
- Certificado de Aprobación con Aval Instituto Superior Tecnológico Libertad.

MÓDULO 5: 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 de los fans.
- Los programas de fidelización y administración de relaciones con el cliente.