

Curso Superior en Comunicación y Marketing Deportivo - Executive

Higher education



Mixed Classroom
Based



From 13/02/2014
to 29/05/2014



110 hours



PDF
Course



Registration
information



980€



Sorry this content is only available in Spanish. Translation coming soon



ULTIMAS PLAZAS!

PRESENTACIÓN

El curso superior de Comunicación y Marketing Deportivo nace de la necesidad de aplicar, de una forma rigurosa y profesional, soluciones de gestión y servicios integrales de comunicación a empresas, sociedades, clubes y deportistas que forman parte del mundo de la alta competición.

A través de este **programa de formación**, el alumno obtendrá las bases para desarrollar el amplio abanico de oportunidades comunicativas que ofrece el deporte en la mejor **pasarela de éxito** para su imagen, trabajando asociando los valores positivos propios del deporte con la marca personal.

DATOS DEL CURSO

Duración: 110 horas (100 horas presenciales + 10 horas de visitas)

Fechas: del 13 de febrero al 29 de mayo de 2014

Horario: Jueves y viernes, de 16:00 a 21:00

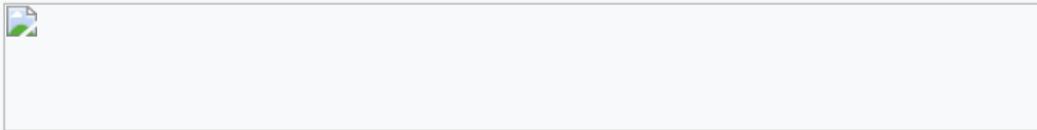
Modalidad: presencial (**las sesiones se podrán seguir en tiempo real por videoconferencia**)

PERFIL DEL ALUMNO

El curso superior en **Comunicación y Marketing Deportivo** se dirige a todas las personas que se dedican o quieren dedicarse al campo de la **comunicación deportiva**, o a la dirección de comunicación de empresas, clubes o instituciones deportivas, tanto estudiantes como directivos o empleados..

El curso está también enfocado a **profesionales del Marketing y deportistas** que deseen gestionar su **imagen** de una forma efectiva, así como a **estudiantes de últimos cursos** de Ciencias de la Comunicación, Dirección y Administración de Empresas y de Ciencias del Deporte.

COLABORA



MESA REDONDA

Fecha: 28 de enero del 2014

Hora: 18:30 horas

Lugar: Salón de Actos del Edificio de Postgrado de la Universitat Jaume I de Castellón (FUE-UJI)

Inscripción: Gratuita y obligatoria

Aforo limitado por estricto orden de inscripción

COMPOSICION MESA REDONDA

Sergio García <http://www.sergiogarcia.com/es/> - Clasificado actualmente como mejor golfista español y número 10 en el mundo, ha estado en la élite del Golf desde 1999. Nos explicará cual es su relación con sus patrocinadores (Adidas-Taylor Made, Mission y Omega), así como su experiencia con las redes sociales y gestión de su marca personal deportiva (MPD).

José Manuel LLaneza - Vicepresidente del Villarreal C.F. Nos aportará sus experiencias en la captación de patrocinadores en tiempos de crisis y los retos de comunicación y marketing a los que se afronta un club como el Villarreal C.F.

Pablo Pernia (@Pablo_Pernia) - Director de comunicación del Circuito de Cheste (Valencia). Además de contarnos sus funciones como responsable de prensa del Circuito y anécdotas, nos hablará de su labor como responsable de prensa del Gran Premio de Europa de Fórmula 1 o de Moto GP.

+info e inscripciones: www.fue.uji.es/mesacmdeportivo

OBJETIVOS

El objetivo principal del curso es dotar a los alumnos de herramientas y metodologías basadas en el "know how" y **experiencias de los ponentes**, para poder desarrollar las funciones básicas de la **dirección de comunicación y marketing** en una entidad o marca deportiva, obteniendo así un mayor impacto en los públicos y poder incrementar la generación de ingresos no derivados de subvenciones ni patrocinios, es decir, potenciando la autofinanciación.

METODOLOGÍA

El curso se compone de cinco módulos, en los que se combinará la **formación teórica** con **supuestos prácticos** a resolver por el alumno, orientado y guiado en todo momento por los profesores de cada bloque. El alumno tendrá una participación activa en todo el proceso de aprendizaje, poniendo en funcionamiento los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

Los profesores, que son profesionales en activo y expertos destacados en el **ámbito de la Comunicación y el Marketing Deportivo**, aportarán conocimiento y experiencias personales a los participantes sobre situaciones reales, al tiempo que les harán seguimiento y los evaluarán individualmente, ofreciéndoles así la posibilidad de rectificar y mejorar en tiempo real las estrategias planteadas.

Durante el curso se realizarán **2 visitas**:

1. **II Jornada de Innovación y Comunicación en Marketing Deportivo (28 -feb Valencia)**
2. **Villarreal C.F. (may Villareal)**

EVALUACIÓN

La evaluación del curso se basará en la asistencia al mismo, que deberá ser de al menos un 80%, y se presentará un Trabajo Final que se irá desarrollando a lo largo del curso y será tutorizado por los profesores.

PROGRAMA**Módulo 1. Nuevos tiempos y nuevos retos en la gestión deportiva.**

1. El entorno emocional donde se mueve la gestión deportiva
2. La sociedad de la información
3. ¿Por qué la comunicación y el marketing en un club deportivo?
4. Estado actual de la comunicación y marketing en los clubes deportivos profesionales.
5. El deporte como principal contenido de ocio en la actualidad.
6. El deporte como "socio" necesario para las grandes empresas.
7. La ruta hacia la excelencia en la gestión deportiva.
8. Propuesta de un modelo de departamento (funciones básicas) de comunicación y marketing.

Caso práctico: "De la subvención a la gestión comercial". Los nuevos modelos de gestión deportiva.

- El caso de la FEB

Módulo 2. Dirección de comunicación en una organización deportiva.

1. La dirección de comunicación no son sólo relaciones informativas
2. El mapa de públicos de una organización deportiva.
3. El contenido es un rey polifacético
4. Técnicas de comunicación corporativa
 - Relaciones informativas y medios propios
 - Comunicación oral
 - Comunicación financiera
 - Comunicación interna
 - Comunicación de crisis
 - Eventos
 - Publicidad
 - Patrocinio
 - Comunicación de RSC.
5. Relaciones informativas y medios propios
6. La generación de contenidos multimedia
7. Las redes sociales y el "Community Manager"
8. El Plan de Comunicación.

Caso práctico: elaboración de un **Plan de Comunicación** para su entidad deportiva.

Módulo 3. Dirección de marketing en una organización deportiva

1. Marketing es satisfacer necesidades
2. Identidad de club y posicionamiento
3. Construcción de marcas poderosas y fidelización de relaciones en el deporte
4. El Plan de Marketing
5. "La asistencia de gol": el marketing facilita las condiciones de venta al área comercial.

Caso práctico: elaboración de un **Plan de Marketing** para su entidad deportiva.

Módulo 4. La Marca Personal Deportiva

1. Nuevo Escenario Profesional
2. El deportista como "pequeñas industrias"
3. Gestión de una MPD como activo de valor
4. Errores de construcción de una MPD
5. Deportistas 360°
6. Embajadores de la Marca
7. ¿Y después del deporte que?

Caso práctico: elaboración de un **Plan de Marca Personal Deportiva**

Módulo 5. Generación y optimización de recursos comerciales

1. Los recursos comerciales de una entidad deportiva.
 - Patrocinio
 - Soportes publicitarios en prendas de juego y entrene
 - Publicidad estática
 - Publicidad en medios propios
 - Naming rights
 - Deportistas
2. El Mapa de Patrocinadores : "Confección de trajes a medida para el patrocinador"
3. El diseño de un plan de patrocinio: "No basta con la notoriedad, es necesario el retorno económico"
4. Incentivos fiscales.

Caso práctico: Elaboración de un dossier comercial y un argumentario de venta para su entidad deportiva.

VISITAS

[28 de febrero 2014 II Jornada de Innovación y Comunicación en Marketing Deportivo \(Valencia\)](#)

[Mayo 2014 Villarreal C.F. \(Villarreal\)](#)

Visita guiada a las instalaciones del club, prestando especial interés al departamento de comunicación, de la mano de sus responsables conoceremos la importancia que éste último tiene en un club de fútbol de primera división así como quienes lo integran.

Posteriormente, tendrá lugar una charla/coloquio, para conocer mediante su experiencia, cómo se trabaja, las herramientas y metodologías que utilizan, ejemplos, objetivos, etc... que han hecho del Villarreal un club ejemplar en el área de comunicación y marketing deportivo.

PONENTES-PARTICIPANTES

D. Fernando Lobón (Coordinador académico).

Periodista deportivo. Director de Action Press Comunicación, empresa de comunicación con una larga trayectoria en el ámbito del automóvil.

 G. Sanahuja

D. Guillermo Sanahuja (Coordinador académico)

Director de Proyectos en Sanahuja & Gimeno, comunicación y marketing deportivo.

Profesor de grado en la Universitat Jaume I y en varios másters especializados.

Doctor en Ciencias de la Comunicación. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Alicante, Máster en Dirección de Marketing y Comunicación en la Escuela de Negocios IDE-CESEM y Máster en Nuevos Procesos e Innovación en Comunicación en la Universitat Jaume I.

 J. Zamora

D. Javier Zamora (Coordinador académico)

Consultor de Comunicación y Marca Personal Deportiva en Oidea Comunicación. Profesor en la empresa Alto Rendimiento. Profesor asociado en la Universitat Jaume I.

D. Antonio Alquézar

Director Ejecutivo y Miembro del Consejo en Always Sports Management.

Ha sido responsable mundial de Marketing Deportivo de la marca Italiana Kappa, formó parte del equipo que desarrolló y gestionó el programa comercial de la 32 Américas Cup de vela dentro de la estructura de Américas Cup Management (ACM).

D. Carlos Campos

Consejero ManagingSport.com.

Licenciado Ciencias Económicas y Empresariales Universitat Autònoma de Barcelona. Doctor Ciencias Económicas Universidad Cádiz. Autor Libros: Marketing y Patrocinio Deportivo. Dirección y Marketing de Servicios Deportivos. Estrategias de Saneamiento del Deporte Profesional.

D. Juan Antón de Salas

Community Manager y Marketing Villarreal CF

Estudió Administración de Empresas en la Universidad Politécnica de Valencia y postgrado en Comunicación Y Marketing Digital por ESADE / Universitat de Barcelona.

De 2007 a 2010: Consultor de marketing para C4E Consulting Services, Grupo Forja, Tactique, Aula Gráfica y Dagonpress.

Desde 2010: SMM y Marketing Internacional en el Villarreal CF.



D. Francisco Fernández Beltrán

Jefe del Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I de Castellón.

Doctor en Comunicación Empresarial e Institucional por la Universitat Jaume I y licenciado en Ciencias de la Información (especialidad Periodismo) por la Universidad Politécnica de Valencia.

Profesor del Máster Oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, del que es codirector, así como en otros cursos de postgrado.

Consultor de Marketing, Comunicación y Formación especializado en Marketing Deportivo y Sportainment.

Lacasa realizó estudios de Psicología en el CEU – San Pablo de Madrid y es Técnico en Publicidad y Relaciones Públicas por esta misma entidad. Es Máster in Business Communication MBC por el CIDC - Missouri School of Journalism UM, Máster MDC en Marketing y Dirección Comercial y Diplomado MGC en Marketing y Gestión Comercial por la Escuela de Negocios ESEM. Desarrolla, gestiona e implementa planes estratégicos integrales, campañas y proyectos de marketing, comunicación y difusión para AL< Marketing, GLOBAL Sportainment y NIEPPER N-COM.

Anteriormente ha gestionado la Dirección de Comunicación y Marketing en UNIPUBLIC (Grupo Antena 3TV) con la responsabilidad de la Dirección de Comunicación y Prensa de Vuelta a España y Vuelta Junior. Ha sido PR Manager en Warner Bros Park y responsable de Comunicación y Marketing en proyectos sectoriales para el Cabildo de Tenerife. En el entorno de los macro eventos ha ostentado las posiciones de Jefe de Prensa del Mundial de Gimnasia Rítmica 2001, Coordinador General de los Campeonatos Mundiales de Ciclismo 2005 así como promotor y Coordinador General de la Gira MegaCracks! Tour Futsal, además de otras competiciones deportivas nacionales e internacionales.

 J.Llorens**D. Jaume Llorens**

Profesor del área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat Jaume I.

Vice-secretario general y delegado para relaciones internacionales de la Asociación de Federaciones Españolas de Fútbol – Aficiones Unidas. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Doctor en Marketing.

 P. Martinez**D. Pascual Martínez**

Director de estrategia y desarrollo de la Federación Española de Baloncesto.

Desde 2009, ha contribuido a situar la FEB como una organización deportiva de referencia.

Licenciado en Administración de empresas y master en Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid. Anteriormente fue Sales Director & Marketing Manager en Lenovo y Brand manager en IBM.

D. David Martínez Pato

Jefe de Prensa área Patrocinio/Competición de REPSOL.

 Yolanda Peris**Dña. Yolanda Peris**

Redactora de deportes del periódico Levante de Castelló. Responsable de comunicación de CV L´Illa – Grau. Presidenta de la Asociación de prensa deportiva de Castellón.

D. Juan Salvador Pérez

Coordinador del Área de Comunicación Corporativa y Patrocinio del Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universidad Jaume I de Castellón.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Jaume I de Castellón.

D. Hernán Sanz

Jefe de prensa Villarreal CF

Técnico Superior en Periodismo Deportivo por la Escuela de Periodismo Tea & Deportea (Buenos Aires, Argentina). Estudió Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Trabajó en el Diario Deportivo Olé de Argentina.

En España, trabajó en el Periódico Mediterráneo y, a nivel internacional, para la UEFA Londres en la Liga de Campeones 2005-2006.

Desde 2006, trabaja en el área de comunicación del Villarreal CF.

ULTIMAS PLAZAS!

IMPORTE

Matrícula ordinaria: **985 €**

Descuentos:

- 5% (935 €): Alumnos UJI/SAUJI, ex-alumnos FUE/ESUE, a partir de la segunda matrícula de una misma empresa.
- 10% (885 €): Titulados en desempleo, profesionales en Régimen Especial (autónomos), empresas patrono de la FUE-UJI.

Plazas limitadas a 18 asistentes, por estricto orden de matriculación.

RESERVA DE LA PLAZA

Los alumnos que deseen matricularse en este curso, deben efectuar en el momento de la matrícula, un ingreso de **300 € a cuenta**, en concepto de reserva de plaza.

DOCUMENTACIÓN QUE HAY QUE APORTAR

- Curriculum Vitae
- Fotografía
- Fotocopia del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte).
- Justificante del ingreso de 300 € como reserva de plaza, en la cuenta que se indica a continuación:
Nº de cuenta: 2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)

MODALIDADES DE PAGO

1. Ingreso/Transferencia Bancaria: Nº de cuenta: 2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)
2. Domiciliación bancaria del resto de la matrícula: Junto a la documentación que hay que aportar a la hora de realizar la matrícula se deberá entregar un número de cuenta para poder hacer efectivo la domiciliación bancaria, que se realizará al inicio del Curso.
3. Tarjeta de crédito (en la FUE-UJI)

BONIFICADO POR LA FUNDAE

La formación de la FUE-UJI puede ser bonificable a través de la FUNDAE para la formación en el empleo (FTFE).

Para poder acceder a las ayudas para formación se deben cumplir esencialmente los siguientes requisitos:

1. La persona participante debe ser un trabajador por cuenta ajena, (no autónomos ni administraciones públicas).
2. La formación debe ser pagada por la empresa.
3. La empresa debe tener ubicación en el territorio español.

Toda empresa dispone cada año de un crédito para gastar en formación. Para calcular dicho crédito hay que considerar dos factores:

1. Plantilla media del año anterior.
2. Importe (total) de las bases de cotización por contingencias profesionales pagadas por la empresa en el año anterior.

A partir de ahí, y en función del número de personal en plantilla, se aplicará un porcentaje de bonificación.

El coste máximo bonificable de cada curso dependerá del número de personas participantes, la modalidad y duración del curso.

Si tienen pensado realizar algún curso de los que ofrecemos en el catálogo de la FUE-UJI y quieren bonificarse, pueden ponerse en contacto con formacion@fue.uji.es o al teléfono 964 387 212 y estaremos encantados de asesorarles

FORMATO PARA AMÉRICA LATINA

Si eres alumno de América Latina y estás interesado en realizar este programa formativo, no dudes en ponerte en contacto con nosotros, disponemos de:

- Distintas modalidades: presencial intensiva, online o Live Learning.
- Horarios adaptados
- Alojamiento a precios especiales para estudiantes.

Para más información envíanos un correo electrónico a formacion@fue.uji.es indicando:

- Nombre y apellidos
- Master/curso en el que estás interesado
- Correo electrónico de contacto
- País

¡Te contestamos en menos de 24 horas!

ENLACES DE INTERÉS:

- [Residencia Campus Riu Sec \(Universitat Jaume I\)](#)
- [Residencia Juvenil Mare de Déu del Lledó \(Castellón\)](#)
- [Búsqueda de pisos](#)
- [La Universitat Jaume I](#)
- [La ciudad de Castellón](#)

FUE-UJI Trustees

companies and entities



Contact with us
we help you find what you need



Silvia Membrilla

Phone: 964 38 72 09
formacion@fue.uji.es



Andrea Navarro

Phone: 964 38 72 12
formacion@fue.uji.es



Reyes Riera

Phone: 964 38 72 10
formacion@fue.uji.es



+34 964 38 72 22



Fundación Universitat Jaume I - Empresa, Campus Riu
Sec.

Edif. Escuela de Doctorado y Consejo Social, s/n
12071 Castellón de la Plana, España



Access

[Home](#)
[La Fundación](#)
[R & D & I](#)
[Training](#)
[Conferences](#)
[Work Placements](#)
[Graduate Scholarships](#)
[EuroFUE-UJI](#)

Most visited

[FUE-UJI Courses](#)
[Extracurricular internship](#)
[vacancies](#)
[Scholarships for graduates](#)
[vacancies](#)
[European and International](#)
[Projects EuroFUE-UJI](#)
[Upcoming Conferences,](#)
[Seminars and Congresses](#)

Other foundation Websites

[elfue.com](#)
[EuroFUE-UJI](#)
[InnovaUJI](#)

[Legal Notice](#)

[Transparency Portal](#)

Universitat Jaume I-Business Foundation (FUE-UJI) CIF: G-12366993