

MÁSTER EN MARKETING DEPORTIVO DE ALTO RENDIMIENTO + COMMUNITY MANAGER DE ENTIDADES DEPORTIVAS

REND001



Certificación universitaria internacional



Escuela asociada a:





DESTINATARIOS

El **MÁSTER EN MARKETING DEPORTIVO DE ALTO RENDIMIENTO + COMMUNITY MANAGER DE ENTIDADES DEPORTIVAS** está destinado a empresarios, emprendedores, trabajadores o cualquier persona interesada en ampliar sus conocimientos en el ámbito del Marketing Deportivo.

El marketing deportivo permite ahorrar tiempo localizando a los deportistas para que participen en algún anuncio comercial, sin embargo, no sólo trata con un único proveedor sino que no le cobra comisión a las marcas y cuenta con algunas figuras deportivas para que asistan a convenciones o reuniones anuales a dar charlas motivacionales o compartir historias de éxito. A través de este curso el alumnado podrá garantizar la continuidad de la formación actualizada y coordinada que permita detectar las oportunidades de actuación de marketing y comunicación en el entorno deportivo, conocer las estrategias para elaborar un buen plan de marketing y adquirir las capacidades para plantear la actividad del marketing y la comunicación en el entorno deportivo de una manera integral.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ONLINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 900 horas.



IMPORTE

Importe Original: ~~1560€~~

Importe Actual: 780€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la "**MÁSTER EN MARKETING DEPORTIVO DE ALTO RENDIMIENTO + COMMUNITY MANAGER DE ENTIDADES DEPORTIVAS**", de la ESCUELA DE RENDIMIENTO PROFESIONAL avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 48 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

UNIDAD FORMATIVA 1. MARKETING DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN LA GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Definición
2. Utilidades del marketing para las instalaciones deportivas
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Marketing y Deporte, una nueva relación.
5. Planeación estratégica de las instalaciones deportivas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y MERCADO DEPORTIVO

1. El mercado deportivo
2. Investigación de mercado
3. Política de mercado
4. El producto deportivo
5. El consumidor deportivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA EN EL ENTORNO DEL MARKETING

1. Conceptualización en torno a la comunicación publicitaria
2. El proceso de comunicación publicitaria en televisión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LA INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de empresas deportivas
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. La misión y la cultura de la empresa
4. La elaboración del plan
5. Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
6. Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TEORIAS DE LA VENTA

1. Introducción
2. Asistencia al cliente/a
3. Como conseguir la satisfacción del cliente/a

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. La plataforma comercial
2. Influencias en el proceso de compra
3. Tipología humana
4. Motivaciones psicológicas del consumidor/a

UNIDAD FORMATIVA 2. COMMUNITY MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales
2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online
2. Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios
3. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
 - Crear una página de empresa
 - Estrategias de Marketing en LinkedIn
 - Como encontrar clientes potenciales

4. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn
5. Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?
 - Autonomía de un blog
 - Características de los blogs
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
3. Cómo hacer un blog único y exitoso
4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
6. Estrategias de crecimiento de un blog
 - Marketing de contenidos
 - SEO (Optimización para motores de búsqueda)
7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati...
 - Wordpress
 - Blogger
 - Livejournal
 - Technorati
8. Herramientas avanzadas de monitorización
9. Tipos de Blog
10. Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
2. Herramientas para optimizar el uso de twitter
3. Como hacer crecer tú marca en twitter
 - Twitter Ads
 - Twitter Analytics
4. Otros sistemas de microblogging

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs
 - Conectar Facebook con Twitter
 - Conectar Facebook con MSN
 - Conectar LinkedIn con Twitter
2. Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal
2. Definición de wiki
3. La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
 - Origen
 - Contenidos de un podcast
 - ¿Cómo se escucha un podcast?
 - ¿Dónde se almacenan los podcast?
 - ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?
3. Cómo redactar mejores post

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube
2. El posicionamiento en YouTube
3. Otras plataformas de vídeo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
2. Flickr y Panoramio

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

1. Trucos para animar una Comunidad online
2. Estrategias de participación en Redes Sociales
3. La voz de la empresa o la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax
2. Cómo atajar el problema
 - Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online
2. Herramientas y consejos para monitorizar online
 - ¿Qué podemos medir en la monitorización?
 - ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
 - Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio
3. Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?
4. Creación de sistema de escucha/alertas
 - Brandwatch
 - Google Alerts
 - HootSuite
 - TweetReach
 - Social Mention
 - Google Analytics
 - Mention
 - Addictomatic
 - HowSociable
 - TweetDeck
5. Importancia de opiniones en la red

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

1. La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs
 - Protección de la Propiedad Intelectual
 - Protección de los datos de carácter personal
 - Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
 - Protección de los consumidores y usuarios
2. Licencias: Creative Commons
3. Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

1. ¿Qué y cómo se puede medir?
2. Analítica Web
 - Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

1. ¿Qué es una comunidad?
2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
 - Estrategia 1: Soporte a la comunidad
 - Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
 - Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
4. Facebook Guía de Facebook
 - Te ayudan a protegerte
 - Fomentar un comportamiento respetuoso
 - Proteger tu cuenta e información personal
 - Proteger tu propiedad intelectual
5. Twitter Guía de Twitter
 - Limitaciones del contenido y uso de Twitter
 - Comportamiento abusivo
 - Spam
6. YouTube Guía de YouTube

UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
 - ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
 - Cómo hacer correctamente un envío de Email
 - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

UNIDAD FORMATIVA 3. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0

1. ¿Qué es la Web 2.0?
2. Nuevos conceptos de la Web 2.0
3. Web 2.0: Aplicaciones
4. Principales Ventajas de la Web 2.0
5. Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Introducción
2. Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea
5. Alojamiento de archivos
6. Desarrollo del usuario 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA

1. Análisis de los usuario de Internet en España
2. Perfil de Usuario/a 2.0
3. Participación del usuario con la web 2.0
4. Usabilidad y accesibilidad
5. Web 2.0: Utilidades en Educación

UNIDAD DIDÁCTICA 4 REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Orígenes de las redes sociales
2. ¿Qué son las redes sociales?
3. Principales conceptos de las redes sociales
4. Redes sociales: Servicios principales
5. Redes sociales: Importancia e impacto
6. Redes sociales como profesión
7. Redes sociales: Pros y contras

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN

1. Tipos de redes sociales
2. Redes sociales dirigidas a un público genérico
3. Redes sociales orientadas a gustos e intereses

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REDES SOCIALES MÓVILES

1. Los dispositivos móviles y las redes sociales
2. Clasificación de redes sociales móviles
3. Principales peligros de las redes sociales móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO

1. Principios de uso
2. Twitter: Principales consejos de uso
3. 2.2 ¿Qué es el Timeline?
4. Crear cuenta Twitter
5. Página de usuario
6. Twitter en negocios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES

1. Redes Sociales: Servicios prestados por internet
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Propiedad Intelectual
5. Consumidores y usuarios: Protección
6. Redes sociales: Incidencias Legales
7. Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMMUNITY MANAGER

1. Definición de Community Manager
2. Community Manager: Tareas
3. Personalidad del Community Manager
4. Community Manager: el trabajo de cada día
5. Responsabilidades del Community Manager
6. Clasificación de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 10. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN

1. Redes sociales : Promociones especiales
2. Cuidar la relación con tus fans
3. Elegir la red social ideal para tu empresa
4. Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca
5. Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales
6. Motivación de los usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 11. IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA

1. Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media
2. ¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?
3. Social Media Plan ideal para tu empresa
4. Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos

5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Principios básicos de medición del retorno de la inversión
7. Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing

UNIDAD FORMATIVA 4. VIDEOTUTORIALES COMMUNITY MANAGER

1. Alta Facebook
2. Alta Twitter
3. Creación y administración de cuenta en Wordpress
4. Conexión de cuentas
5. Wikipedia
6. Vídeos en Youtube
7. Social Mentions
8. Creative commons
9. Google Analytics
10. Guía Facebook

UNIDAD FORMATIVA 5. VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES

1. Internet y la web
2. Web 2.0
3. Blog
4. Redes sociales
5. El botón me gusta y perfiles de Facebook
6. Google +
7. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
8. Alta en LinkedIn