

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Comercialización y Marketing del Deporte y el Ocio
<b>Titulación</b>	Grado en Gestión Deportiva
<b>Escuela/ Facultad</b>	Medicina, Salud y Deportes
<b>Curso</b>	Cuarto
<b>ECTS</b>	6 (150 ECTS)
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Idioma/s</b>	Castellano, inglés
<b>Modalidad</b>	Presencial/ Virtual
<b>Semestre</b>	S7
<b>Curso académico</b>	2025-2026
<b>Docente coordinador</b>	Álvaro Fernández Luna

## 2. PRESENTACIÓN

El marketing es una de las áreas que probablemente ha adquirido más peso en el mundo de la gestión deportiva, posicionándose prácticamente como una disciplina independientemente con gran cantidad de contenidos y líneas de actuación.

Tal y como definen Mulli, Hardy, y Sutton (2007) "el marketing deportivo está compuesto por varias actividades que han sido diseñadas para analizar el deseo y necesidades de los consumidores de deporte a través de procesos de intercambio. El marketing deportivo ha desarrollado dos objetivos principales: el marketing de productos y servicios deportivos dirigidos a consumidores de deporte y el marketing para otros consumidores y productos o servicios industriales a través de promociones deportivas".

Así, nos encontramos con un uso del deporte como parte del marketing de otras industrias y el propio marketing deportivo. Dentro de este último, diferenciamos además una gran cantidad de enfoques o aproximaciones, ya que inicialmente se diferencian dos tipos de mercados, productos y servicios, y a su vez deporte espectáculo y deporte praxis, y dentro de cada uno de ellos, los diferentes elementos que abarca el marketing y la comercialización: investigación de mercados, marketing mix, segmentación de clientes, calidad y satisfacción del cliente, gestión del cliente, publicidad, comunicación corporativa o nuevas tecnologías, entre otros.

Por tanto, gracias a esta asignatura se profundizará en contenidos transversales ya tratados en otras materias, dándoles mayor alcance, globalidad y aportando nuevos usos y utilidades, al mismo tiempo que desarrollarán y adaptarán nuevos contenidos, facilitando la adquisición y fortalecimiento de las competencias.

### 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Conocimientos

CON02. Describe el diseño de un proceso de emprendimiento y desarrollo de negocio, desde su conceptualización hasta su implementación y evaluación, atendiendo a las características individuales y contextuales de la empresa, así como a los principios históricos, técnicos y éticos.

CON06. Describe los procesos de construcción y explotación de las diferentes instalaciones deportivas.

#### Habilidades

HAB02. Creatividad: Crea ideas nuevas y conceptos a partir de ideas y conceptos conocidos, llegando a conclusiones o resolviendo problemas, retos y situaciones de una forma original en el entorno académico y profesional.

HAB04. Comunicación estratégica. Transmite mensajes (ideas, conceptos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, alineando de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación en el entorno académico y profesional.

#### Competencias

COMP04. Planificar procesos de emprendimiento, innovación y crecimiento de empresas deportivas.

### 4. CONTENIDOS

- 1.- Fundamentos de la comercialización y el marketing
- 2.- Investigación de mercados
- 3.- Segmentación, posicionamiento y diferenciación
- 4.- Productos y servicios de deporte y ocio
- 5.- Precios en el sector de deporte y ocio
- 6.- La distribución en el deporte y ocio
- 7.- Comunicación en el deporte y ocio
- 8.- Nuevas tendencias en la comercialización y marketing de deporte y ocio

### 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral/Webconference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	25
Lectura de temas de contenido	12
Análisis de casos	20
Debates y coloquios	18
Diseño de estrategias, procedimientos y planes de intervención	40
Tutorías	4
Trabajo autónomo	24
Ejercicios de simulación/ Rol playing	5
Pruebas presenciales de conocimiento	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

### Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases virtuales síncronas	25
Lecturas de temas de contenido	12
Análisis de casos	20
Foros virtuales	18
Diseño de estrategias, procedimientos y planes de intervención	40
Tutoría virtual	4
Trabajo autónomo	24
Ejercicios de simulación/ rol playing	5
Pruebas de evaluación virtuales	2
Trabajos individuales y/o grupales	30
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	20% (20-30)
Participación en debates y foros	10% (10-20)
Análisis de casos	30% (20-30)
Diseño y elaboración de actividades prácticas	40% (30-40)

### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas virtuales de conocimiento	60%
Elaboración de informes y escritos	35% (30-35)
Participación en debates y coloquios en foros online	5% (5-10)

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Los trabajos se deben entregar en la fecha-hora establecida en el campus virtual. No se admitirán trabajos fuera de plazo y estos tendrán la calificación más baja posible

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. El plan de marketing	Semanas 1-15
Actividad 2. Investigación de mercados. Macroentorno, Microentorno, Benchmarking y métodos cuantitativos-cualitativos	Semanas 1-6
Actividad 3. Segmentación y touchpoints	Semanas 7-8
Actividad 7 (1). Prueba objetiva tipo test - intermedia	Semana 9
Actividad 4. CBL	Semana 5-12
Actividad 5. Producto (Branding) y precio	Semana 11-13
Actividad 6. Posicionamiento, lugar y promoción. Acciones físicas y digitales	Semana 14-15
Actividad 7. (2). Prueba final de conocimiento	Semana 15

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2007). Marketing Deportivo. Badalona: Paidotribo.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Blázquez Manzano, A. (2012). Marketing Deportivo en 13 Historias. Barcelona: INDE.
- Desbordes, M., Ohi, F., & Gary, T. (2001). Marketing Deportivo. Análisis del Consumo Deportivo. Badalona: Paidotribo.
- Dorado, A., & Gallardo, L. (2005). La gestión del deporte a través de la calidad. Barcelona: INDE.
- Hoye, R., Smith, A. C. T., Nicholson, M., Stewart, B., & Westerbeek, H. (2012). Sport Management. Principles and Applications. Abingdon: Routledge.

- Revista científica: International Journal of Sports Marketing and Sponsorship
- Robinson, L. Chelladurai, P., Bodet, G., & Downward, P. (2012). Routledge Handbook of Sport Management. Abingdon: Routledge.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.