

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Comercialización y Marketing del Deporte y Ocio
Titulación	Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
Escuela/ Facultad	Medicina, Salud y Deportes
Curso	Cuarto
ECTS	6 ECTS
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano/inglés
Modalidad	Presencial/Híbrida
Semestre	S7
Curso académico	2025/2026
Docente coordinador	Jorge López Fernández
Docente	Jorge López Fernández

2. PRESENTACIÓN

Los cambios sufridos en los últimos 10 años (desarrollo tecnológico y universalización de las redes sociales, COVID-19, aparición de nuevas industrias de entretenimiento, cambios en la forma en la que los humanos interactúan entre sí, crisis económicas, etc.) hace que nos encontremos en un entorno BANI (frágil, ansioso, no lineal e incomprensible). En consecuencia, las organizaciones físico-deportivas actuales no sólo tienen que competir entre sí por la atención de los consumidores, sino que también, tienen que hacerlo con otras industrias centradas en el ocio, la recreación y el entretenimiento, en un entorno incierto y cambiante (Manel-Valcarce, 2021).

Conocer y gestionar de forma eficaz los diferentes componentes del marketing es imprescindible para que las organizaciones deportivas y de ocio adopten una orientación al cliente clara sobre la que sentar las bases con las que competir en el mercado. Esta asignatura pretende dotar al alumno de herramientas y conocimientos con los que llevar a cabo planes y acciones relacionadas con el marketing, el marketing digital y la comercialización de forma eficaz.

La asignatura comenzará con una introducción al marketing deportivo, en el que se repasarán las principales diferencias entre los productos y servicios deportivos. También se analizará las dos áreas en las que se puede diferenciar el marketing deportivo: (1) el marketing de productos y servicios deportivos dirigidos a consumidores de deporte y, (2) el marketing de productos o servicios de otros mercados que buscan captar la atención de sus consumidores a través del deporte, de las competiciones físico-deportivas y de los deportistas (Patrocinio deportivo).

Tras esto, se procederá a estudiar los diferentes componentes que conforman la comercialización y marketing en el sector deportivo y del ocio: (1) investigación y análisis de mercados; (2) segmentación de clientes, (3) establecimiento de objetivos de marketing; (4) Gestión y desarrollo de la imagen de marca; (5) gestión y manejo del marketing mix (Producto, Precio, Promoción y Lugar); (6) la gestión de la

experiencia del cliente (atención al cliente, calidad, satisfacción e intención de recompra; (7) gestión de redes sociales y otros elementos del marketing digital; y (8) Análisis de resultados y gestión de indicadores. El alumno abordará cada uno de estos componentes de forma teórica y práctica, aplicando los conceptos y las herramientas adquiridas en casos reales o situaciones simuladas cercanas a la realidad que demanda el mercado deportivo y del ocio actual. Además, la asignatura concluirá con un Business Plan conjunto con la asignatura de Dirección Estratégica en el que se deberán poner en práctica todo lo aprendido.

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. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT01 - Aprendizaje Autónomo: Habilidad para elegir las estrategias, las herramientas y los momentos que considere más efectivos para aprender y poner en práctica de manera independiente lo que ha aprendido.
- CT04 - Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.
- CT05 - Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.
- CT08 - Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT10 - Iniciativa y espíritu emprendedor: Capacidad para acometer con resolución acciones difíciles o azarosas. Capacidad para anticipar problemas, proponer mejoras y perseverar en su consecución. Preferencia por asumir y llevar a cabo actividades.

Competencias específicas:

- CE02 - Capacidad para transmitir actitudes y valores en la práctica profesional en todos los ámbitos de la actividad física y del deporte, participando en la mejora de la sociedad.
- CE08 - Capacidad para diseñar, planificar, organizar, ejecutar y evaluar programas de actividades deportivas y recreativas de carácter continuado y/o eventual, atendiendo a todos aquellos factores que condicionan su desarrollo en los diferentes contextos profesionales, sociales y económicos.
- CE10 - Capacidad para participar en la dirección y/o gestión eficiente de entidades, tanto públicas como privadas, que desarrollan servicios de actividad física en cualquiera de sus espectro (recreación, salud, deporte, educación, etc.), identificando, definiendo y sistematizando los procesos necesarios para la consecución de sus objetivos.

- CE11 - Capacidad para intervenir con criterio propio en la sociedad manifestando un discurso teórico, académico y profesional relativo a las ciencias de la actividad física y del deporte.

Resultados de aprendizaje:

- RA1 - Capacidad para realizar un análisis del mercado de referencia de productos y servicios de deporte y ocio, evaluando el atractivo del mercado, segmentando y posicionando estratégicamente los productos de la propia empresa en relación con la competencia.
- RA2 - Capacidad para establecer las políticas relacionadas con el proceso comercial y de marketing de la empresa, tanto desde la perspectiva de su organización y planificación como de la puesta en práctica de sus instrumentos esenciales (producto, precio, comunicación y distribución).
- RA3 - Integración de conceptos y procedimientos relacionados con la profesión y el sector del deporte y ocio.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB02, CB03, CB04, CT01, CT08 CE10	RA01 - Capacidad para realizar un análisis del mercado de referencia de productos y servicios de deporte y ocio, evaluando el atractivo del mercado, segmentando y posicionando estratégicamente los productos de la propia empresa en relación con la competencia.
CB02, CB03, CB04, CT01, CT04, CT05, CT08, CT10 CE09, CE10, CE11	RA02 - Capacidad para establecer las políticas relacionadas con el proceso comercial y de marketing de la empresa, tanto desde la perspectiva de su organización y planificación como de la puesta en práctica de sus instrumentos esenciales (producto, precio, comunicación y distribución)
CB02, CB03, CB04, CT05, CT08, CT10, CE02, CE08, CE10, CE11	RA03 - Integración de conceptos y procedimientos relacionados con la profesión y el sector del deporte y ocio.

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:

1. Clase magistral
2. Método del Caso
3. Aprendizaje Cooperativo
4. Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
5. Entornos de simulación.

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
Lecciones Magistrales	28
Lecciones magistrales asíncronas	8
Debates y coloquios	20
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	20
Ensayos, comentarios de textos y análisis críticos de textos	26
Tutoría	8
Trabajo autónomo	20
Análisis y resolución de casos prácticos	20
TOTAL	150

Modalidad virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Debates y coloquios a través de seminario virtual	20
Ensayos, comentarios de textos y análisis críticos de textos	26
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	20
Tutoría virtual	8
Trabajo autónomo	20
Lecciones virtuales síncronas	28
Lecciones magistrales asíncronas	8
Análisis y resolución de casos prácticos	20
TOTAL	150

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 presenciales de conocimiento	20% (20%-30%)
Carpeta de aprendizaje	30% (20%-30%)
Caso/Problema	30% (20%-30%)
Participación en Debates y foros	20% (20%-30%)

Modalidad virtual:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	20% (20%-30%)
Carpeta de aprendizaje	30% (20%-30%)
Caso/Problema	30% (20%-30%)
Participación en Debates y foros	20% (20%-30%)

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 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades, así como en resto de actividades/trabajos evaluables.

7.2. Convocatoria extraordinaria

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 5,0 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. Proyecto LinkedIn.	Semana 2 - 15
Actividad 2. Trabajo Final – Business Plan	Semanas 2 – 13 (múltiples partes)
Actividad 3. Proyecto Fan Engagement	Semanas 3/4 -14 de noviembre
Actividad 4. Examen Parcial	Semana 7
Actividad 5. Reto CBL Marketing Digital (Metricool)	Semanas 7 - 18
Actividad 6. Reto CBL Patrocinio Deportivo y Activaciones de Marca	Semanas 14 -18
Actividad 14. Examen final de la asignatura	Semanas 18

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:

- 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.
- Calzada, E. (2016). *Show Me the Money!*. Editorial Planeta.
- Ricaldoni, G. (2022). *La pasión deportiva del nuevo marketing*. Ediciones Granica.
- Mandis, S. G. (2018). *La fórmula Real Madrid*. Editorial Conecta.
- Shank, M. R., & Lyberger, M. D. (2024). *Sports Marketing: A Strategic Perspective*. Routledge.
- Holiday, R. (2014). *Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising*. Portfolio.
- Revella, A. (2015). *Buyer Personas: How to Gain Insight into your Customer's Expectations, Align your Marketing Strategies, and Win More Business*. Wiley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: El futuro es inmersivo*. Wiley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

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

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.