



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUIA DOCENTE MÀRQUETING DEPORTIVO 2027-28

DATOS GENERALES

Nombre:	MÁRQUETING DEPORTIVO
Curso:	2027-28
Titulación:	Grado en gestión y digitalización en el deporte
Nº de créditos (ECTS):	6
Ubicación en el plan de estudios:	3r. Curso, 2o cuatrimestre

1. OBJETIVOS

- Consolidar los conceptos fundamentales del entorno del márketing aplicado a la gestión deportiva.
- Conocer las diferentes técnicas para realizar una investigación de mercado.
- En atención a esta investigación, ser capaces de analizar la situación para establecer la estrategia más adecuada para la consecución de los objetivos marcados.
- Crear un Plan de Acción sólido, coherente y que esté alineado con el objetivo previsto.
- Escoger las métricas necesarias para conocer la desviación del Plan respecto del objetivo previamente definido.

2. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Introducir los conceptos básicos del márketing y de ventas, explorando diversos aspectos de los mercados deportivos, la segmentación de los clientes, el diseño básico de los productos y servicios, la fijación de precios, la distribución y la comunicación en el ámbito deportivo.
- Aplicar estrategias de márketing específicas para la creación y promoción de las marcas deportivas y de la gestión de los patrocinios.

3. CONTENIDOS

- Introducción al márketing deportivo.
- Análisis del consumo deportivo. Modelos de referencia e indicadores del consumo deportivo.
- Análisis del consumo deportivo: Las dimensiones simbólicas del consumo deportivo.
- La estrategia de márketing.
- Dimensionamiento del mercado.
- Las políticas de comunicación externa de los servicios deportivos.
- Análisis del consumidor.
- Creación de la oferta de valor del producto o servicio.

- Márketing aplicado al lanzamiento de productos o servicios.
- Criterios comerciales para la fijación de precios.
- Estrategia digital.
- Plan de márketing.