

GUIA DOCENT MÀRQUETING ESPORTIU 2027-28

DADES GENERAL

Nom:	MÀRQUETING ESPORTIU
Curs:	2027-28
Titulació:	Grau en gestió i digitalització en l'esport
Nº de crèdits (ECTS):	6
Ubicació en el pla d' estudis:	3r. Curs, 2n quadrimestre

1. OBJECTIUS

- Consolidar els conceptes fonamentals de l'entorn del màrqueting aplicat a la gestió esportiva.
- Conèixer les diferents tècniques per fer una investigació de mercat.
- Segons aquesta investigació, ser capaç d'analitzar la situació per establir l'estratègia més adequada per a la consecució dels objectius marcats.
- Crear un Pla d'Acció sòlid, coherent i que vagi alineat amb l'objectiu previst.
- Escollir les mètriques necessàries per conèixer la desviació del Pla respecte de l'objectiu prèviament definit.

2. RESULTATS DE L'APRENENTATGE

- Introduir els conceptes bàsics del màrqueting i de vendes, explorant diversos aspectes dels mercats esportius, la segmentació dels clients, el disseny bàsic de productes i serveis, la fixació de preus, la distribució i la comunicació en l'àmbit esportiu.
- Aplicar estratègies de màrqueting específiques per a la creació i promoció de les marques esportives i de la gestió dels patrocinis.

3. CONTINGUTS

- Introducció al màrqueting esportiu.
- Anàlisi del consum esportiu. Models de referència i indicadors del consum esportiu.
- Anàlisi del consum esportiu: Les dimensions simbòliques del consum esportiu.
- L'estratègia de màrqueting.
- Dimensionament del mercat.
- Les polítiques de comunicació externa dels serveis esportius.
- Anàlisi del consumidor.
- Creació de l'oferta de valor del producte o servei.
- Màrqueting aplicat al llançament de productes o serveis.

- Criteris comercials per a la fixació de preus.
- Estratègia digital.
- Pla de màrqueting.