



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUIA DOCENT DE COMERCIALITZACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS 2024-25

DADES GENERALS ASSIGNATURA

Nom:	Comercialització de productes i serveis
Codi:	801746
Curs:	2024-25
Titulació:	Grau en Ciències i Tecnologies aplicades a l'esport condicionament físic
Núm. de crèdits (ECTS)	6
Ubicació al pla d'estudis:	3r curs, 2a quadrimestre
Departament:	Màrqueting i direcció comercial
Responsable departament:	Dr. Pablo Rial
Data de la darrera revisió:	Gener 2025
Professor Responsable:	Jesús Oliver

1. DESCRIPCIÓ GENERAL

Amb els coneixements adquirits de creació de productes i serveis esportius, es pretén aprofundir i analitzar totes les vies per comercialitzar-les, des del coneixement del producte esport, amb estratègies adequades al mercat, amb la voluntat d'entendre el negoci de l'esport, el seu rendiment òptim comercial, amb estudi dels processos pertinents, sota regles de respecte i ètica empresarial. Facilitar l'entesa de les eines necessàries per generar oportunitats de negoci. Anàlisi destratègies de comercialització i creixement.

2. OBJECTIUS

Entendre, analitzar, valorar, corregir, adaptar i fomentar els processos i les estratègies del sector esportiu per a una adequada comercialització de productes i serveis esportius.

3. TEMARI

BLOC 1. ENTORN I CONCEPTES DE LA COMERCIALIZACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS

TEMA 1: EL PRODUCTE ESPORT

Resultats de l'aprenentatge:

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:

Entendre i identificar el producte esport sota les categories, l'entreteniment, la competència, els aficionats, els professionals i els serveis.

Contingut

- 1.1 Concepte
- 1.2 Models
- 1.3 Mercats i nínxols

TEMA 2: COMERCIALIZACIÓ DEL PRODUCTE ESPORTIU

Resultats de l'aprenentatge:

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Conèixer els diferents factors que integren el sistema de comercialització, i les relacions entre aquests.

Contingut

- 2.1. Definició de metes i objectius
- 2.2. Presa de decisions
- 2.3. Processos a seguir

TEMA 3: MÀRQUETING ESPORTIU. METODOLOGIA

Resultats de l'aprenentatge:

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Conèixer l'evolució del màrqueting esportiu i l'ús determinat de la metodologia per implantar-lo.

Contingut

- 3.1. Màrqueting d'esdeveniments
- 3.2. Màrqueting de productes o serveis
- 3.3. Màrqueting d'entitats
- 3.4. Màrqueting esportiu

BLOC 2. TIPUS D'ESTRATÈGIA A LA COMERCIALIZACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS

TEMA 4: ESTRATÈGIES DE COMERCIALIZACIÓ

Resultats de l'aprenentatge:

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Conèixer les accions a realitzar per assolir determinats objectius de màrqueting com llançar al mercat un producte nou o incrementar la participació de les vendes.

Contingut

- 4.1. Estratègies de producte
- 4.2. Estratègies de preu
- 4.3. Estratègies de distribució
- 4.4. Estratègies de comunicació

TEMA 5: ESTRATÈGIES DE CREIXEMENT

Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Conèixer i diferenciar les diferents estratègies de comercialització, el màrqueting de guerrilla i les estratègies crítiques.

Contingut

- 5.1. Definició d'objectius
- 5.2. El sistema de factors comercials
- 5.3. Estratègia i tàctiques
- 5.4. Estratègies competitives

TEMA 6: ESTRATÈGIES DE SERVEIS

Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Conèixer el lideratge de costos, la diferenciació i la segmentació i especialització en la comercialització de productes i serveis esportius.

Contingut

- 6.1. Estratègies de manteniment
- 6.2. Estratègies de creixement
- 6.3. Estratègies de reestructuració

BLOC 3. LA MARCA DINS DEL NEGOCI DE L'ESPORT

TEMA 7: MARCA VS ESPORT

Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Conèixer i entendre els pros i els contres d'unir la marca a l'esport.

Contingut

- 7.1. Màrqueting esportiu
- 7.2. Usos del màrqueting
- 7.3. Reconeixement de marca

TEMA 8: EL NEGOCI DE L'ESPORT

Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:

Estructurar i organitzar idees per emprendre i obtenir rendibilitat.

Contingut

- 8.1. Anàlisi global
- 8.2. Anàlisi de propostes concretes

BLOC 4. TECNOLOGIA I USOS DIGITALS

TEMA 9: TECNOLOGIA I USOS DIGITALS A L'OCI, CULTURA I ENTRETENIMENT DINS DE L'ACTIVITAT FÍSICA (Jose Luís Beltrán)

Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i fer els exercicis, serà capaç de:
Realitzar una anàlisi crítica en casos reals de negocis basats en un context digital i l'adquisició innovadora de nous conceptes i habilitats de serveis tecnològics i telecomunicacions per aconseguir entendre la transformació digital als clubs esportius.

Contingut

- 9.1. Àrea d' Ingressos d' un Club Esportiu
- 9.2. Estratègia Premium i Grans Esdeveniments
- 9.3. El Fan Digital
- 9.4. El Valor de la Dada

4. METODOLOGIA D'ENSENYAMENT I APRENTATGE

Es basa en classes expositives participatives on es prioritzarà el contingut pràctic mitjançant casos d'èxit d'empreses de l'àmbit esportiu. La interacció de l'alumne serà essencial per a la correcta assimilació de tots els conceptes tractats a classe.

La generació de debats, el plantejament de situacions reals i actuals del sector, així com els treballs en grup, seran dinàmiques habituals durant tota l'assignatura.

El model educatiu de l'assignatura, d'acord amb la metodologia de l'EUNCET Business School, utilitza de manera fonamental el campus virtual de l'EUNCET i el plantejament pedagògic és actiu i participatiu, tant per part del professorat com dels estudiants.

5. SISTEMA D'AVALUACIÓ

D'acord amb el Pla Bolonya, el model premia l'esforç constant i continuat dels estudiants. Un 40% de la nota s'obté de l'avaluació continuada de les activitats dirigides i el 60% del percentatge restant de l'examen final presencial. L'examen final té dues convocatòries.

La nota final de l'assignatura (NF) es calcularà a partir de la fórmula següent:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Avaluació Continuada x 40%**
- Nota mínima de l'examen final per calcular la NF serà de 40 punts sobre 100.
- L'assignatura queda aprovada amb una NF igual o superior a 50 punts sobre 100.

Activitats d'avaluació continuada:

Tipus d'activitat	Descripció	% Avaluació continua	
Lliuraments:			40%
Treball	Nínxol de mercat	20%	
Treball	Posicionament	20%	
Treball	Vies de monetització	20%	
Treball	Branding i Marca	20%	
Treball	Cas El Negoci de l'Esport	20%	
Examen final:			60 %

6. BIBLIOGRAFIA

6.1 BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- "Marketing i Esport" de Leo Morales
- Posicionament: la batalla per la seva ment d'Al Ries
- "L'estratègia de l'oceà blau" de W.Chan Kim
- "Pensa estratègicament" de Harvard Business Review

6.2 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- <https://barcainnovationhub.com/ca/product/certificado-en-fan-engagement/>
- <https://www.valenciacf.com/es/club/vcf-innovation-hub/vertical-fan-engagement>
- <https://blogthinkbig.com/big-data-y-deporte-cuando-el-partido-se-juega-con-algoritmos/>
- <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-branding-elementos-esenciales-marca-solida>
- <https://www.palco23.com>
- <https://www.marketingnews.es>
- <https://www.marketingdirecto.com>