

Marketing deportivo

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Diseñar y ejecutar planes de marketing a nivel deportivo.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS DEL MARKETING DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONOCIENDO EL MARKETING MIX DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIANDO EL MERCADO Y GESTIONANDO EL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: DANDO VALOR A MI ORGANIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS INTERESADOS: ASOCIACIONES, CLUBS Y JUGADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DE LA IDEA A LA CAMPAÑA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COACHING DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PATROCINIO DEPORTIVO. COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ESTRATEGIAS DE PERSUASIÓN EN EL ÁMBITO DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MARKETING DEPORTIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MARKETING DEPORTIVO ON LINE

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ATENDIENDO AL CLIENTE Y GESTIONANDO SUS QUEJAS

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑANDO EL PROTOCOLO DE UN EVENTO DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PRODUCCIÓN DE ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS