

CURSO ONLINE DE MARKETING DEPORTIVO

(MEDIOS MEDIOS)

TEMARIO DE CLASES

CLASE 1: Introducción al curso. Marketing deportivo.

CLASE 2: Concepto de Marketing - Concepto de Marketing Deportivo. El Camino hacia el consumidor.

CLASE 3: Inicio del marketing deportivo

CLASE 4: El negocio del deporte. El consumidor de productos y servicios deportivos.

CLASE 5: La mujer como consumidor deportivo. Mecanismos de identificación de los consumidores deportivos. Estrategias de segmentación.

CLASE 6: Detección de las necesidades de los consumidores.

CLASE 7: El consumidor como cliente. El deportista como consumidor.

CLASE 8: El producto deportivo. El servicio deportivo.

CLASE 9: El producto deportivo y product mix.

CLASE 10: El producto y la marca.

CLASE 11: Diseño de marca deportiva.

CLASE 12: Utilización del marketing directo y el telemarketing.

CLASE 13: Los agentes de jugadores. La FIFA y “La mejor forma de abarcar el mundo”
Marketing Deportivo Personal I.

CLASE 14: Marketing Deportivo Personal II. El juego de las marcas en el Marketing Deportivo Lección.

CLASE 15: El Benchmarking en la gestión del deporte. Marketing Deportivo y Comunicación.

CLASE 16: Deporte, marketing deportivo y medios de comunicación.