

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

La unidad de aprendizaje pertenece a la área de conocimiento administrativa, se ubica en la etapa terminal y es de carácter obligatoria, ofrece al estudiante las competencias de analizar, identificar, explicar, desarrollar y ejecutar las etapas del proceso administrativo; el marketing deportivo, para el desarrollo de un evento deportivo que contribuyen a solucionar las problemáticas de salud de la sociedad, es importante para la formación profesional del egresado como medio de fomentar la práctica de actividad física y deporte y el manejo del tiempo libre.

III. COMPETENCIA DEL CURSO

Implementar programas de actividad física, deporte y recreación sustentable utilizando los recursos naturales de un determinado contexto, mediante la gestión, administración y promoción de actividades, para promover el bienestar social y el desarrollo integral de la población, con actitud creativa, responsable y respeto por el medio ambiente

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Formular y operar un programa de actividad física y deporte, donde incluya la planificación, promoción, ejecución y evaluación de los mismos, desarrollando una conducta de liderazgo, con creatividad e innovación para la competitividad organizacional, que promueva los hábitos saludables en la población y atienda características específicas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Identificar las características del marketing deportivo, mediante la teorías y áreas de desarrollo que lo fundamentan, para optimizar los recursos de la organización, en la elaboración y ejecución de planes de actividad física y deporte, con actitud creativa, objetiva, responsable y honesta

Contenido

Duración

6 horas

Unidad I. Marketing deportivo

- 1.1 Fundamentos del marketing deportivo
- 1.2 Áreas de desarrollo
- 1.3 Plan de marketing deportivo

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Elaborar una visión integral de la organización deportiva y su entorno, mediante la fundamentación de la gestión de servicios, ciclo económico, recursos y equipamiento, para la gestión y optimización de los recursos materiales y humanos en el desarrollo de un evento deportivo, con actitud reflexiva, objetiva, honesta y responsable.

Contenido

Duración

6 horas

Unidad II. Gestión deportiva

- 2.1 Fundamentos de gestión de servicios
- 2.2 Ciclo económico del deporte
- 2.3 Gestión y ejecución de equipamiento
- 2.4 Administración del recurso humano

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Analizar los diferentes ámbitos de la industria deportiva, mediante el análisis de marketing y tendencia del deporte, para elaborar estrategias de oferta de productos y servicios, con actitud creativa, reflexiva, objetiva y responsable.

Contenido

Duración
6 horas

Unidad III. La industria deportiva: análisis del marketing y grandes tendencias

- 3.1 El análisis competitivo de los sectores
- 3.2 La muestra representativa de la industria del deporte
- 3.3 El entorno de los sectores: empresas potenciales, productos de sustitución, poder/proveedores, poder / clientes
- 3.4 La parrilla de evaluación del valor de un sector
- 3.5 El comportamiento tecnológico de las firmas
- 3.6 La estrategia de marketing de las firmas

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Analizar y aplicar herramientas administrativas, mediante la planeación, clasificación y documentación técnica de la promoción deportiva, para ofrecer eventos de actividad física y deporte que contribuyan a al bienestar social y desarrollo integral de la población, con actitud reflexiva, objetiva y responsable.

Contenido

Duración
7 horas

Unidad IV. Promoción deportiva

- 4.1 Aplicación de la planeación de la educación física y el deporte
- 4.2 Concepto y clasificación de la promoción deportiva
- 4.3 Documentación técnica deportiva
 - 4.3.1 Documentos de orientación
 - 4.3.2 Documentos de evaluación
 - 4.3.3 Documentos de control

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Aplicar el desarrollo del proceso administrativo, mediante la aplicación de herramientas de dirección a través del establecimiento de estrategias y utilización de medios informáticos, para la realización de planes de acción para la competitividad y sistematización de la operatividad a fin de efficientizar la coordinación y el desarrollo de los recursos humanos y materiales, evaluando además el cumplimiento de los planes establecidos, con actitud objetiva, honesta y responsable.

Contenido

Duración
7 horas

Unidad V. Organización de eventos de actividad física, deportes y recreación

- 5.1 Proceso administrativo
- 5.2 Etapas del proceso administrativo
- 5.3 Planificación de un evento deportivo
- 5.4 Planificación a largo plazo
- 5.5 Organización y estructura de un evento deportivo
- 5.6 Tipos de organización
- 5.7 Juntas previas
- 5.8 Sistemas de competencia
 - 5.8.1 Concepto
 - 5.8.2 Clasificación
 - 5.8.3 Tipos

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Ejecutar el proceso administrativo y el marketing deportivo, mediante la promoción, gestión y difusión de eventos académicos, tales como, congresos, diplomados, olimpiadas, eventos deportivos universitarios y de vinculación, para ofrecer un medio de establecimiento de cultura física y deportiva, con actitud empática, proactiva responsable y de respeto.

Contenido

Duración
7 horas

Unidad VI. Organización de eventos académicos relacionados con la actividad física y deporte

- 6.1 Actividad física y deporte en la educación
- 6.2 Eventos deportivos desde el punto de vista pedagógico
- 6.3 Tipos de eventos académicos
- 6.4 Promoción de eventos académicos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

| No. de Práctica | Competencia(s) | Descripción | Material de Apoyo | Duración |
|-----------------|---|--|--|---------------|
| 1 | <p>Promoción de las actividades o servicios Planificar un plan de marketing deportivo, utilizando los fundamentos del marketing, para promover una campaña de actividad o servicio, con actitud reflexiva, creativa y responsable</p> | <p>Se elaborara un conjunto de acciones englobadas dentro de las políticas de marketing para establecer un servicio o actividad deportiva, que tiene como objetivo el incremento de utilización de los servicios a corto y medio plazo y conseguir que estos una vez finalizado el período promocional, se encuentren a un nivel superior al que se encontraban anteriormente y con una tendencia estable</p> | <p>Libros. Pizarrón, Proyector instrumentos</p> | <p>16 hrs</p> |
| 2 | <p>Fases de campaña de promoción Elaborar las fases de la promoción de un producto deportivo, mediante la localización, del bien o servicio, recurso humano y medios disponibles, para establecer la promoción de un bien o servicio de la actividad física, deporte y recreación, con actitud creativa, objetiva, trabajo en equipo y responsable</p> | <p>Se procesadora en equipos para desarrollar un campaña de promoción deportiva establecido los procedimientos y fases que intervienen en la campaña de promoción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Definición de la situación actual del Centro Deportivo y análisis de las Campañas anteriores. 2 -Fijar y determinar claramente los objetivos. (Aumento de clientes, mejorar la imagen, etc.). 3 Determinar los niveles de actuación, (Personas implicadas y medios disponibles). 4 Señalar el nivel de alcance, (Barrio, zona, distrito, ciudad etc.). 5 Despertar el interés del usuario 6 Fijar en el tiempo la duración de la campaña. (Una semana, 15 días, repeticiones alternativas, etc.) 7 Fijación del presupuesto. (En base al presupuesto general, a la dimensión de los objetivos, etc.) 8 Adoptar un método, sistema o estrategia promocionales.(Disponer a tiempo de todos los elementos necesarios) 9 Motivar la red de personal de contacto (Colaboradores). 10.- Tener a tiempo todos los elementos promocionales. | <p>Producto, libreta, pizarrón y cañón Materiales necesarios</p> | <p>16 Hrs</p> |

| | | | | |
|---|---|--|---|---------------|
| 3 | <p>Plan de promoción y coordinación Formular las acciones de promoción, mediante la e gestión y coordinación de recursos, para definir acciones sobre instalaciones, medios de comunicación, juegos, y programas, con actitud creativa, reflexiva y responsable</p> | <p>Se elaboraran las acciones de planificación sobre elementos que intervienen en la formación y promoción deportiva, su coordinación con los programas educativos-deportivos o medios en los que aplique, aprovechamiento de los medios existentes (instalaciones deportivas, censo de instalaciones, etc.), así como la implementación de los “juegos o servicios deportivos formulando todo el programa y acciones a tomar en cada situación, entendiendo el organigrama organizacional</p> | <p>Producto, libreta, pizarrón y cañón Materiales necesarios</p> | <p>16 Hrs</p> |
|---|---|--|---|---------------|

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La unidad de aprendizaje es teórico-práctica, se implementa una metodología participativa y la resolución de problemas. Se apoya en diversas estrategias acordes al grupo. El docente crea un ambiente favorable para que se genere la participación individual y grupal.

El docente funge como guía- facilitador del aprendizaje, conduce la parte teórica del curso y práctica, dejando desarrollo de tareas prácticas en problemáticas específicas al alumno, e introduce en cada una de las unidades del programa, participa en el grupo, brinda atención personalizada, aclara dudas a los alumnos en la realización de sus ejercicios y prácticas.

El alumno participa activamente en la realización de: lecturas, búsqueda de información sobre problemáticas de la actividad física y el deporte que se apeguen a la resolución de ejercicios mediante la promoción de la actividad física deporte y la recreación, utiliza el análisis de estudio de casos para entender las problemáticas y dar soluciones innovadoras y creativas. Todas estas actividades favorecen el desarrollo de habilidades de búsqueda de información, comprensión, análisis, síntesis, comunicación oral y escrita; así como actitudes: organizado, crítico, interés por la investigación, disposición al trabajo en equipo y valores de respeto y responsabilidad para el logro de las competencias

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios de acreditación:

- Para acreditar la unidad de aprendizaje es requisito reunir el 80% de asistencia y como mínimo aprobatorio 60 de acuerdo al (Estatuto Escolar).
- Es necesario asistir y participar en todas las prácticas (Laboratorio).
- Para acreditar la unidad de aprendizaje es necesario aprobar en un 80% las prácticas de laboratorio.

Criterios de calificación:

- | | |
|---|------|
| - Elaboración, presentación de prácticas | 20 % |
| - Exámenes de unidades | 30 % |
| - Ejercicios y tareas | 10 % |
| - Entrega de caso práctico al final del curso | 40 % |

Criterios de evaluación:

- Elaboración, de las prácticas: (Debe culminar con los requisitos solicitados en la práctica, los criterios a medir, son congruencia, claridad, originalidad, organización, uso del espacio, ortografía, redacción y la entrega puntual).
- Tareas y ejercicios: (con orden, claridad, limpieza, reflexión personal y entrega puntual).
- Entrega de caso práctico al final del curso: acorde a las lecturas realizadas y la temática y la implementación del plan del proyecto o servicio deportivo

IX. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

Mullin, Bernard J., Hardy, Stephen, Sutton, William (1999), Marketing deportivo, Gestión y Administración Deportiva, Ed Paidotribo.

Acosta Hernández, Rubén Gestión y administración de las organizaciones deportivas, Ed Paidotribo

Desbordes, Michel, Ohl, Fabien, Tribou, Gary (2010), Estrategias del marketing deportivo, análisis del consumo deportivo, Gestión y Administración Deportiva, Ed Paidotribo, 5ta. Edición

Certo, S (2008), Administración moderna, 8va Edición, Prentis Hall ISBN 0-13-013302-8.

Martínez, P, Manual para la organización de Eventos deportivos, Primera Edición.

Erosa, J, Administración en Educación Física y deporte, segunda Edición, Didáctica Moderna.

Maestre, J, Planificación deportiva: Teoría Práctica, tercera edición, INDE Publicaciones.

Maestre, J, Rodríguez, G, El Gestor Deportivo y las instalaciones deportivas, primera edición, INDE Publicaciones

COMPLEMENTARIA