4067 - Màrqueting esportiu

Curs acadèmic: 2026-27
Facultat: Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya - Barcelona
Titulació: Grau en Ciències de l'Activitat Física i l'Esport
Matèria: Gestió esportiva **Tipus matèria:** Optativa
Tipus assignatura: Optativa
Departament: Gestió i Recreació
Idiomes: Català
Curs: 4t **Semestre:** 7è
Crèdits ECTS matèria: 24
Crèdits ECTS assignatura: 3

Configuració de l'assignatura

Crèdits ECTS teoria: 3 **Grups teoria:** 1
Crèdits ECTS pràctica: 0 **Grups pràctica:** 0
Hores de docència setmanal: 4,5

Hores de dedicació de l'alumnat

Presencials: 30
Treballs dirigits: 30
Treball autònom: 15

Professorat

Nom	Coordinador	Crèdits	Correu electrònic
Joshua Muñoz Vázquez	Sí	3	joshuamunoz@gencat.cat

Competències bàsiques

1. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
2. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
3. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
4. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Competències generals

1. Capacitat d'aprenentatge i responsabilitat (capacitat d'anàlisi, de síntesi, de visions globals i d'aplicació dels coneixements a la pràctica/capacitat de prendre decisions i adaptació a noves situacions).
2. Treball en equip (capacitat de col·laborar amb els altres i de contribuir a un projecte comú/capacitat de col·laborar en equips interdisciplinaris i en equips multiculturals)
3. Capacitat creativa i emprenedora (capacitat de formular, dissenyar i gestionar projectes/capacitat de buscar i integrar nous coneixements i actituds).
4. Capacitat comunicativa (capacitat de comprendre i d'expressar-se oralment i per escrit en català, castellà i en una tercera llengua, dominant el llenguatge especialitzat/capacitat de buscar, usar i integrar la informació).
5. Actuar amb ètica i valors professionals.

Competències específiques

1. Reconèixer i comprendre els diferents factors que condicionen l'activitat física i de l'esport.
2. Interpretar els elements, efectes i riscos que condicionen la pràctica de l'activitat física i de l'esport en diferents àmbits professionals.
3. Aplicar els coneixements adquirits en l'activitat física i de l'esport a la pràctica professional.
4. Planificar i avaluar els processos i programes d'activitat física i de l'esport en l'ensenyament, entrenament, salut, gestió i recreació.

Recomanacions sobre els coneixements previs per a l'assoliment dels objectius de l'assignatura

Actualitzar les competències en l'ús de:
1) full de càlcul (Excel) i editor de text (Word)
2) llengua anglesa (lectura)

Objectius

- Conèixer els conceptes principals del màrqueting
- Saber aplicar els fonaments teòrics bàsics per a desenvolupar un pla de màrqueting

Continguts

- **Bloc 1: Introducció al concepte de màrqueting (què és, evolució del concepte, evolució del mercat, especificitats del màrqueting esportiu)**
- **Bloc 2: Pla de màrqueting**
- **Bloc 3: Anàlisi de la situació (anàlisi de l'entorn, anàlisi del mercat: consumidors, competència, anàlisi intern)**
- **Bloc 4: Eines bàsiques del màrqueting: segmentació, posicionament i marca**
- **Bloc 5: Màrqueting Mix**
- **Bloc 6: Investigació de mercats (bloc transversal)**

Activitats formatives

Activitats dirigides

- Fórums/Debats
- Exposició de treballs
- Estudi de casos
- Entorns col·laboratius
- Comentaris de text

Classes presencials

- Pràctica d'aula
- Lliçó Magistral

Treball autònom de l'estudiant

- Lectures
- Estudi individual
- El·laboració d'apunts

Activitats d'avaluació

Anàlisi de la situació (cas estudi)

Ponderació: 25%
Tipus: Grupal
Nota mínima per a fer mitjana: 3,5
Permet reavaluació: No
Nota mínima reavaluació: -

Objectius associats a l'activitat

- Conèixer els conceptes principals del màrqueting
- Saber aplicar els fonaments teòrics bàsics per a desenvolupar un pla de màrqueting

Creació de pla de màrketing

Ponderació: 45%
Tipus: Grupal
Nota mínima per a fer mitjana: 3,5
Permet reavaluació: No
Nota mínima reavaluació: -

Elaboració de treball i presentació de pla de màrqueting

Objectius associats a l'activitat

- Conèixer els conceptes principals del màrqueting
- Saber aplicar els fonaments teòrics bàsics per a desenvolupar un pla de màrqueting

Activitat - Examen

Ponderació: 30%
Tipus: Individual
Nota mínima per a fer mitjana: 3,5
Permet reavaluació: No
Nota mínima reavaluació: -

Objectius associats a l'activitat

- Conèixer els conceptes principals del màrqueting
- Saber aplicar els fonaments teòrics bàsics per a desenvolupar un pla de màrqueting

Requisits avaluació continuada (específics)

- El promig de la nota final pot ser igual o superior a 5.00, però si no es tenen totes les activitats entregades i com a mínim la puntuació de cadascuna és de 3.50, caldrà anar a reavaluació.
- Les activitats avaluables faran promig sempre que la nota de cada activitat sigui superior o igual a 3.50. Si el promig de la nota final és entre 3.50 i 4.99, caldrà anar a reavaluació.
- En el cas d'haver d'anar a reavaluació, la nota final de l'assignatura serà l'obtinguda en l'examen teòric-pràctic de reavaluació, el qual abastarà tots els conceptes tractats a l'assignatura.

Requisits avaluació única

Lliurament de totes les activitats d'avaluació de manera individual.

La ponderació dels treballs es farà amb els mateixos percentatges que en l'avaluació continuada, i amb les mateixes notes mínimes exigides.

L’alumnat que tindrà dret a la reavaluació serà aquell que obtingui entre un 3,50 i un 4,99 en la qualificació final de l’assignatura i compleixi els requisits establerts a cada prova d’avaluació.

En el cas d'haver d'anar a reavaluació, la nota final de l’assignatura serà l'obtinguda en l'examen teòric-pràctic de reavaluació, el qual abastarà tots els conceptes tractats a l'assignatura.

Bibliografia i altres recursos

Calzada, E. (2012). *Show me the money!: cómo conseguir dinero a través del marketing deportivo*. Libros de Cabecera.

Desbordes, M., Ohl, F., & Tribou, G. (2001). *Estrategias del marketing deportivo. Análisis del consumo deportivo* (Vol. 26). Editorial Paidotribo.

de Vicuña Ancín, J. M. S. (2024). *El plan de marketing en la práctica*. Esic editorial.

Donato, F. S., Muñoz, J., & Jara, E. R. (2022). Las Redes Sociales y el caso de las ligas deportivas durante el COVID-19. *Movimento*, *28*, e28049.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing*. Pearson educación.

Kotler, P., Setiawan, I., Kartajaya, H., & Vandercammen, M. (2020). *Marketing 4.0*. De Boeck Supérieur.

Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2007). *Marketing deportivo* (Vol. 26). Editorial Paidotribo.

Romero-Jara, E., Solanellas, F., Muñoz, J., & López-Carril, S. (2023). Connecting with fans in the digital age: an exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1), 1-12.

Sánchez, P. (2000). Marketing Deportivo: la clave del éxito en la gestión de los centros de Actividad Físico-Deportiva y recreativa. *Madrid: Consejería de Educación. Dirección General de Deportes*.

Solanellas, F., Romero-Jara, E., & Muñoz, J. (2023). Managing the COVID-19 Crisis Through Social Media: An Analysis From Sports Organizations Perspective. *SAGE Open*, *13*(3), 21582440231198806.