



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Patrocinio e márketing deportivo

Materia	Patrocinio e márketing deportivo			
Código	O04M181V01201			
Titulación	Máster Universitario en Xestión empresarial do deporte			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	5	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Adrio Neira, Juan Manuel Alén González, María Elisa Cerviño Fernández, Julio Fraiz Brea, José Antonio Mazaira Castro, Andrés Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Nesta materia móstranse as vías de obtención de ingresos máis ligados á imaxe de marca de deportistas, clubs, federacións, etc. Farase especial fincapé na negociación dos dereitos de retransmisións deportivas, o patrocinio, a mercadotecnia e ó merchandising.			

## Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código				
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.			
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.			
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.			
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.			
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.			
B1	Capacitar ao alumnado para a administración e dirección de todo tipo de entidade ou organización deportiva			
B2	Favorecer o contacto directo co sector deportivo			
B3	Ofrecer unha visión integradora dos distintos subsistemas que configuran o sistema organización/empresa no sector deportivo			
C1	Especializarse na xestión empresarial do sector deportivo, tanto na súa vertente pública como privada			
C2	Coñecer a importancia do xestor deportivo e o seu amplo abano de ocupación: clubs deportivos, federacións, xinasios, instalacións deportivas, padroados de deportes, empresas privadas, administracións públicas, etc...			
C4	Aproveitar os novos desafíos que ofrecen os grandes eventos deportivos como acontecementos de carácter global.			
C5	Manexar un conxunto variado de métodos de investigación dirixidos a resolver asuntos relativos á xestión do sector deportivo.			
C6	Adquirir coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial			
C7	Valorar a partir dos rexistros relevantes de información a situación e previsible evolución dunha empresa			

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
-Adquirir coñecemento de patrocinio deportivo desde o punto de vista económico e xurídico.	A1
-Adquirir coñecemento da mercadotecnia deportiva.	A2
-Adquirir coñecemento de merchandaising deportivo	A3
-Adquirir habilidades para a xestión de patrocinios.	A4
	A5
	B1
	B2
	B3
	C1
	C2
	C4
	C5
	C6
	C7

**Contidos**

Tema	
I. Xestión de dereitos de imaxe	Xestión de dereitos de imaxe
II. Patrocinio deportivo	Patrocinio deportivo
III. Marketing deportivo	Marketing deportivo
IV. Merchandising deportivo	Merchandising deportivo

**Planificación**

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	9	0	9
Estudo de casos	15	40	55
Obradoiro	10	35	45
Resolución de problemas de forma autónoma	0	10	10
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

**Metodoloxía docente**

	Descrición
Lección maxistral	Consistirán en explicacións previas por parte dos docentes para introducir o contido das materias e a metodoloxía de traballo a seguir.
Estudo de casos	A través de exemplos concretos mostrarase a aplicación práctica de coñecementos e teranse que extraer conclusións de aprendizaxe.
Obradoiro	Mediante a formulación de problemas e a súa resolución, así como co uso doutras técnicas do proceso ensino-aprendizaxe, os estudantes participasen no proceso de adquisición de coñecementos e a súa posta en práctica.
Resolución de problemas de forma autónoma	Traballo autónomo dos estudantes sobre problemas ou exercicios relacionados co explicado.

**Atención personalizada**

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Orientarase os estudantes para a resolución de casos prácticos.

**Avaliación**

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Estudo de casos	Avaliarase o traballo realizado para resolver o caso/situación e os ensinados obtidos.	35	A1 B1 C2 A2 B2 C7 A3 B3 A4 A5

Obradoiro	Avaliarase o traballo realizado nas actividades programadas.	35	B1 B2 B3	C4
Exame de preguntas obxectivas	Avaliaranse os coñecementos adquiridos a través de probas de tipo test ou de preguntas curtas.	30		C1 C4 C6

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

O alumnado poderá elixir ser avaliado mediante o sistema de Avaliación continua (AC), ou alternativamente, optar por unha proba de Avaliación Global (AG).

A avaliación por defecto é a AC.

O alumnado poderá elixir AG segundo o procedemento e o prazo establecido polo Centro. A elección de AG supón a renuncia ao dereito de seguir avaliándose mediante as actividades de AC que resten e á cualificación obtida ata ese momento en calquera das probas que xa tiveron lugar.

-- Avaliación continua. En caso de non renunciar á avaliación continua:

Neste caso o alumnado deberá realizar o conxunto de actividades e probas de avaliación descrito no apartado de Metodoloxías/Probas que valerán o 35%, 35% e 30% da nota respectivamente.

Para poder ser avaliado por este sistema hai que asistir polo menos ao 75% das horas de docencia presencial.

-- Avaliación global.

O alumnado será avaliado mediante unha proba teórico-práctica na data oficial fixada no calendario de exames da Facultade. Esta proba representa o 100% da nota.

No suposto de non superar a nota en primeira oportunidade, o alumnado poderá ser avaliado de novo na segunda oportunidade a través dunha proba teórico-práctica na data oficial fixada no calendario de exames do Master. Esta proba suporá o 100% da nota.

Os estudantes que non participen na AC nin na AG, figurarán nas actas como [non presentados].

Recoméndase ao alumnado ter en conta o Título VII (Do uso de medios ilícitos), do Regulamento sobre a Avaliación, a cualificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudiantado (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa> )

As datas e horas das probas de AG (de primeira e segunda oportunidade) son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Comisión Académica do Master (CAM) para o presente curso. En caso de conflito ou disparidade entre as datas de exames, prevalecerán as publicadas na web do Master: [www.mbadeporte.es](http://www.mbadeporte.es)

### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Bibliografía Básica**

Campos, C., **Marketing y Patrocinio Deportivo**, 1, GPE, 1997

Molina, G., **Marketing deportivo digital: pasión y negocios en la era tecnológica**, 1, Esteban Sanz Martínez, 2014

Molina, G., **El poder del marketing deportivo: pasión y dinero**, 1, Esteban Sanz Martínez, 2014

Ferranz, A.C. y Torrigiani, L., **Gestión del sponsoring deportivo**, 1, Paidotribo, 2006

#### **Bibliografía Complementaria**

Agudo, A., **Marketing de fútbol**, 1, Pirámide, 2003

### **Recomendacións**