



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Tecnología y gestión de entidades deportivas*

Título: *Master Universitario en Gestión Deportiva*

Materia: *Especialidad en Gestión de Entidades Deportivas.*

Créditos: 6 ECTS

Código: 09MMGD

Índice

1.	Organización general	3
1.1.	Datos de la asignatura	3
1.2.	Equipo docente.....	3
1.3.	Introducción a la asignatura	3
1.4.	Competencias y resultados de aprendizaje	4
2.	Contenidos/temario	5
3.	Metodología	6
4.	Actividades formativas	7
5.	Evaluación.....	8
5.1.	Sistema de evaluación	8
5.2.	Sistema de calificación.....	8
6.	Bibliografía.....	10
6.1.	Bibliografía de referencia	10
6.2.	Bibliografía complementaria	11

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MATERIA	<i>Especialidad en Gestión de Entidades Deportivas</i>
ASIGNATURA	<i>Tecnología y gestión de entidades deportivas</i> 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Cuatrimestre	Segundo
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	No existen
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesor	Dr. D. Manel Valcarce Torrente Doctor en Actividad Física y Deporte. Licenciado en Educación Física. Diplomado en Ciencias Empresariales. manel.valcarce@campusviu.es
-----------------	---

1.3. Introducción a la asignatura

Esta asignatura presenta los aspectos fundamentales referidos a la gestión de las entidades deportivas en sus diversas áreas de actuación, así como los principales cambios tecnológicos producidos para una mayor eficiencia en dichos ámbitos.

Nos encontramos en una revolución tecnológica y digital que no solo afecta al entorno social sino también al deporte y sus organizaciones, y es por ello la necesidad de conocer su influencia y aplicación.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE7 - Capacidad para aplicar indicadores de rentabilidad de servicios deportivos.

CE13 - Capacidad para analizar la relación entre el marketing y el resto de áreas funcionales de la empresa en el ámbito deportivo.

CE14 - Capacidad para analizar el entorno de una organización deportiva y sus necesidades en el ámbito de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

CE15 - Capacidad de concebir sistemas, aplicaciones y servicios basados en tecnologías de red, incluyendo Internet, web, comercio electrónico, multimedia, servicios interactivos y computación móvil aplicados a organizaciones deportivas.

CEEN-1: Diseñar un plan para la digitalización de entidades deportivas enfocado a la mejora de la gestión y la rentabilidad.

CEEN-2: Establecer estrategias de marketing acordes a las necesidades y objetivos de una entidad deportiva.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

RA-1 Conocer los principales cambios tecnológicos para la gestión de entidades deportivas.

2. Contenidos/temario

CAPÍTULO 1. TECNOLOGÍA Y DEPORTE

- 1.1. La Revolución Tecnológica
- 1.2. La Tecnología en la sociedad
 - 1.2.1. Tecnología y comunicación
 - 1.2.2. Internet de las cosas
 - 1.2.3. Tecnología y empresa
- 1.3. La Tecnología en la industria deportiva

CAPÍTULO 2. TECNOLOGÍA APLICADA A LA GESTIÓN DE ENTIDADES DEPORTIVAS

- 2.1. Transformación Digital en Entidades Deportivas
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Aspectos esenciales de la transformación digital
 - 2.1.3. Claves de éxito de la transformación digital
- 2.2. Marketing y Comunicación Digital
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Marketing Digital
 - 2.2.3. Web y posicionamiento: SEO y SEM
 - 2.2.4. E-Mail Marketing
 - 2.2.5. Las Redes Sociales
 - 2.2.6. Marketing Móvil
 - 2.2.7. Marketing de contenidos
 - 2.2.8. Publicidad online
- 2.3. Gestión del Cliente deportivo
 - 2.3.1. CRM
 - 2.3.2. Aplicaciones móviles
 - 2.3.3. Gamificación

2.4. Instalaciones Inteligentes

2.4.1. Las instalaciones del futuro

2.5. Actividad Física y Entrenamiento

2.5.1. Introducción

2.5.2. Sensores y monitorización

2.5.3. Wearables, tecnología vestible

2.5.4. Tecnología aplicada a la actividad física y el entrenamiento

2.6. Gestión y Tendencias

2.6.1. Software ERP

2.6.2. Análisis de datos e indicadores

2.6.3. Tendencias e innovación

CAPÍTULO 3. IMPLEMENTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA EN EL SECTOR DEPORTIVO

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la Universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual, SCORM y material complementario).

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción de las prácticas y el Trabajo fin de título), se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de

competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	70 %
Consiste en realizar dos actividades: 1) desarrollar cuadro indicadores adaptado a una entidad deportiva. (35% portafolio) y 2) desarrollar una propuesta completa de 3 acciones de marketing digital adaptada a una entidad deportiva. (35% portafolio).	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	30 %
Examen E-presencial tipo Test, con 40 preguntas, con 4 opciones cada una, a desarrollar en 60 minutos. Cada pregunta que se falle resta 0,25 puntos.	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final) con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.**

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
----------------------	-----------------------	--------------------------

Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje**.

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

- Barreiro, J.M., Barreiro, B., Díez, J., Losada, F. Y Ruzo, E. (2004). *Rentabilice su gestión gracias al CRM*. A Coruña: Netbiblo.
- Childe, V. (2012). *Los orígenes de la civilización*. Madrid: S.L. Fondo de cultura económica de España.
- Dans, E. (2010). *Todo va a cambiar: tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Drucker, P. (1955). *The practice of Management*. London: Routledge.
- Godin, S. (2001). *El marketing del permiso*. Barcelona: Granica.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley. Nueva Jersey: Wiley & son
- Lecinski J. (2011). ZMOT Ganando el momento cero de la verdad. Google Inc.
Recuperado de: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/2011-winning-zmot-ebook/>
- Martín, F. y Parga, M. (2018). Gestión smart de instalaciones deportivas: iot y big data optimizan infraestructuras y suman nuevos modelos de negocio en base a engagement y mejora de rendimiento de usuario. En I. Leal (Presidencia), III Congreso Ciudades Inteligentes. Madrid.
- Sanagustín, E. (2013) *Marketing de Contenidos*. Madrid: Editorial Anaya.
- Sañudo, B. (2017). Wearable technologies y su aplicación al ámbito de la actividad física y el deporte. En Sañudo (Ed.) *Nuevas tecnologías aplicadas a la actividad física y el deporte* (pp. 31-41). Navarra: Editorial Aranzadi.
- Sañudo, B. (2016). El caso de las wearables technologies en la actividad física y el deporte. In J. García (Ed.), *Emprendiendo en el sector deportivo. De la teoría a la práctica* (pp. 73-84). Cizur Menor: Aranzadi Thomson Reuters.
- Valcarce, M. (2016) *Marketing Digital, cambio de era en la estrategia comercial*. Revista Mercado Fitness, 79.
- Valcarce, M. (2015). *Marketing de contenidos, ofrece a tus clientes aquello que necesitan*. Revista GYM FACTORY, 65, 18-19.
- Valcarce, M. (2015). *Inbound marketing: atrae a mas clientes*. Revista GYM FACTORY, 62, 20-21.

6.2. Bibliografía complementaria

- Cabero, J. (2007). *Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. Madrid: McGraw Hill.
- Cacheiro, M.L. (2014). *Educación y Tecnología: Estrategias didácticas para la integración de las TIC*. Madrid: Editorial UNED.
- Evans, D. (2011). *Internet de las cosas. Cómo la próxima evolución de Internet lo cambia todo*. CISCO. Recuperado de https://www.cisco.com/c/dam/global/es_mx/solutions/executive/assets/pdf/internet-of-things-iot-ibsg.pdf
- García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., y Bernal-García, A. (2014). La percepción de calidad y fidelidad en clientes de centros de fitness low cost. *Suma Psicológica*, 21(2), 123-130.
- Grande, M., Cañon, R., y Cantón, I. (2016). Tecnologías de la información y la comunicación: evolución del concepto y características. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 6, 218-230
- Muñoz, A. (2017). Sensores para el registro de la actividad física y el deporte. ¿Qué miden exactamente?. En Sañudo (Ed.) *Nuevas tecnologías aplicadas a la actividad física y el deporte* (pp. 17-27). Navarra: Editorial Aranzadi.
- Sánchez-Oliver, A. J., García-Fernández, J., Grimaldi-Puyana, M. y Feria, A. (2017). Oportunidades de emprendimiento: Evaluación de las tendencias relacionadas con la actividad física y el deporte del ACSM. *Journal of Sports Economics and Management*, 7(1), 2-13.
- Valcarce, M. (2016). Web y Redes Sociales para gimnasios y centros deportivos. *Revista CMD Sport*, Julio 2016. Recuperado de: <https://www.manelvalcarce.com/blog/142-web-y-redes-sociales-para-gimnasios-y-centros-deportivos>
- Valcarce, M. y Carpe, P. (2016). Redes sociales y publicidad online: ¿Cómo pueden ayudar a una instalación deportiva?. *Revista GYM FACTORY*, 67, 12-14.