

MASTER EN MARKETING DEPORTIVO, ENTORNOS DIGITALES Y ESPORTS



CRÉDITOS
60 ECTS



PLAZAS
25



COMIENZO
Enero



DURACIÓN
Un curso académico

Presentación

El Máster en Marketing Deportivo, Entornos Digitales y E-sports da respuesta a las preguntas en forma de reto que la industria deportiva lanza hoy a los actuales y futuros profesionales. Las herramientas de marketing y comunicación se adaptan a la creciente necesidad de segmentación, interacción y medición que el nuevo paradigma del deporte exige.

Por ello, en este curso, los alumnos encontrarán la formación imprescindible para formar parte de las exigencias y retos de las entidades de clubes, federaciones, agencias o marcas, además de poseer el valor diferencial de la formación en áreas como el Big Data, la creación y gestión de contenidos digitales y herramientas de marketing en entidades de e-sports.

El equipo directivo y docente que os acompañará en esta formación ha sido elegido con la finalidad de aportar el máximo valor a vuestros conocimientos. Todos nosotros, junto a vosotros, completaremos un equipo perfecto para potenciar la adquisición de conocimientos y habilidades deseadas.

Somos conscientes de la responsabilidad que vuestra elección, vuestra apuesta, deposita en nosotros, y os manifestamos nuestro compromiso e ilusión por comenzar este camino juntos.

Objetivos

- Asumir el liderazgo en la gestión de equipos de su área de conocimiento y acción, con gestión eficiente y asumiendo los principios de responsabilidad social. Procesar, entender e interpretar el entorno y poder adaptarse al cambio.
- Adquirir relación e interacción, trabajo en equipo, desarrollando apertura personal a través de las diversas herramientas de comunicación.
- Comunicar atendiendo a las capacidades técnicas de su receptor. Que no se pierda el sentido del mensaje por no adecuar el lenguaje a las capacidades receptoras de los interlocutores.
- Asumir con éxito la capacidad de planificación de su estrategia, y saber enfocarla en pro de objetivos empresariales.
- Poseer la capacidad y las herramientas de análisis para poder monitorizar y controlar los resultados de manera objetiva.
- Potenciar y nutrir la capacidad creativa del alumno, siempre en un contexto investigativo y coherente con las pautas teóricas establecidas.
- Reaccionar ante una situación excepcional, que puedan dirigir una gestión de crisis.

Barça Innovation Hub

Barça Innovation Hub pone en valor el conocimiento del FC Barcelona acumulado durante décadas en temas de deportes colectivos, rendimiento deportivo, salud y bienestar, instalaciones deportivas, fan engagement, análisis y tecnología deportiva, y todos aquellos aspectos relacionados con el deporte y su impacto social.

Por ello, UCAM Spanish Sports University, a partir del curso 2020-2021, incluye en todos sus programas de máster una formación de Barça Innovation Hub dirigida al campo de conocimiento de cada programa.

¡No pierdas la oportunidad de formarte junto a estas dos entidades referentes en deporte a nivel internacional!



**BARÇA
INNOVATION HUB**

Profesorado

- **D. Fernando Valero**
Director y Editor Jefe de El Día Después, Movistar +.
- **D. José María Carvajal**
Director Digital de YouFirstSports (YFS).
- **D. Alberto Wattenberg**
Data Scientist Manager en el equipo de Digital Strategy de RSI.

Salidas profesionales

Al finalizar el Máster, el egresado podrá ejercer en varios ámbitos, entre los que podemos destacar.

- Director de Marketing de clubes, entidades deportivas o federaciones.
- Responsable de Desarrollo de Negocio.
- Director de Patrocinio de empresas y entidades.
- Coordinación de Transformación Digital.
- Responsable de Comunicación.
- Director de Contenidos Digitales.
- Responsable de Eventos y Activaciones de patrocinio.
- Account Manager de Agencias Deportivas.
- Director de Marketing Digital.
- Responsable de Business Intelligence o Data Science (Big Data y Analítica Web)
- Jefe de Prensa de clubes, entidades o federaciones deportivas.
- Social Media Manager.
- Responsable de contenidos corporativos.
- Responsable eSports.
- Responsable de nuevos canales digitales.

Prácticas curriculares

El objetivo de esta tarea es poner al estudiante en contacto con el entorno profesional del deporte, enfocado en el marketing deportivo, comunicación deportiva y patrocinio. Para el estudiante, este periodo implica practicar y complementar su formación académica en el lugar de trabajo, expandir la adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y fomentar el trabajo en equipo. La asignatura de prácticas es de 10 ECTS, que deben realizarse en entidades deportivas, lo que implica 200 horas de práctica.