



COLEGIO OFICIAL  
DE LICENCIADOS EN  
EDUCACIÓN FÍSICA  
DE CANARIAS

## **CLAVES PARA EL NUEVO GERENCIAMIENTO DEPORTIVO**

**Organiza:** Colegio Oficial de Licenciados en Educación Física de Canarias (COLEF Canarias).

**Colabora:** *Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (FCAFD)* de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, *Instituto Insular de Deportes* del Cabildo de Gran Canaria y el *Grupo Innova Canarias*.

**Coordina:** Ginnette González Ojeda, Gerente del COLEF Canarias.

**Lugar:** Centro Insular de Deportes. Avda. Alcalde Ramírez Bethencourt s/n, Las Palmas de Gran Canaria.

**Duración:** 20 horas

**Fechas:** 8, 9, 15 y 16 de Mayo

**Horario:** Viernes 8 de 17:00 a 21:00 horas. Sábado 9 de 9:00 a 13:00 horas y de 16:00 a 18:00 horas. Viernes 15 de 17:00 a 21:00 horas y Sábado 16 de 9:00 a 13:00 horas y de 16:00 a 18:00 horas.

**Destinatarios:** Licenciados en Educación Física, Maestros en Educación Física, estudiantes FCAFD, gestores deportivos, técnicos deportivos y TAFAD.

**Criterios de selección:** Por riguroso orden de inscripción.

**Créditos de Libre Configuración:** 2 créditos



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Facultad de Ciencias de la Actividad Física  
y del Deporte



grupo **INNOVA**  
CANARIAS



COLEGIO OFICIAL  
DE LICENCIADOS EN  
EDUCACIÓN FÍSICA  
DE CANARIAS

**Número de alumnos:** 15-40

**Criterios de evaluación:** Asistir al 80% de las sesiones.

**Certificaciones:** El COLEF Canarias expedirá certificaciones a los participantes que asistan al 80% del horario lectivo.

**Ponentes:**

**Rosa M<sup>a</sup> Reyes Santana**

Diplomada de Educación Física

Máster en Dirección y Gestión de Organizaciones Deportivas

Especialista en Marketing Deportivo, ámbito Federaciones y Clubes

Gerente de la U.D. Taburiente. Responsable de Marketing y Comunicación del Club.

Directora de Estudio de Marketing y Comunicación Santarrey-Mejías y Asociados

**Gonzalo Mejías Rodríguez**

Especialista en Marketing Estratégico

Profesor titular de la cátedra de Marketing Estratégico en la Carrera de Gerenciamiento Deportivo en la Universidad Tecnológica Nacional de Argentina

Conferencista en la Universidad Nacional de Cuyo

Profesor titular de la cátedra de Marketing Estratégico de en el Bachillerato de la escuela Italiana en Mendoza –Argentina

Ponente en el curso de Técnicas de Venta y conceptos fundamentales de Marketing con la Cámara de Comercio de Las Palmas

Columnista de diversas publicaciones especializadas en Argentina y Diarios

Director de Estudio de Marketing y Comunicación Santarrey-Mejías y Asociados.

**Contenidos:**

**MÓDULO 1 (7 HORAS)**

**Los Nuevos Desafíos del Marketing y la Comunicación**



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Facultad de Ciencias de la Actividad Física  
y del Deporte



grupo **INNOVA**  
CANARIAS



COLEGIO OFICIAL  
DE LICENCIADOS EN  
EDUCACIÓN FÍSICA  
DE CANARIAS

### **Principios y procesos de marketing aplicados a productos y servicios deportivos.**

- a. Procesos históricos del marketing.
- b. Las dos grandes etapas en los comportamientos de consumo.
- c. Nuevas tipologías de consumidores.
- d. Enunciado y análisis del esquema para el Diseño de una Estrategia de Marketing.
- e. Nuevos conceptos y herramientas de Comunicación.

### **MÓDULO 2 (4 HORAS)**

#### **Gestión de Marca**

##### **Detrás de un gran deportista... siempre hay una gran marca.**

- a. Definición de marca.
- b. Diferencias entre nombres y marcas.
- c. Significado estratégico de marca.
- d. Conceptual.
- e. Análisis y casos prácticos

### **MÓDULO 3 (4 HORAS)**

#### **Identidad Corporativa**

##### **El principal Instrumento para la captación de patrocinios.**

- a. La IC como activo fundamental en las entidades y empresas deportivas.
- b. Lineamientos básicos.
- c. Principios de la Gestión de la IC

### **MÓDULO 4 (3 HORAS)**

#### **Gestión de Atención y Relación con nuestros clientes**

##### **¿Orientación al producto o al consumidor?**

- a. Quiénes son nuestros clientes y por qué.
- b. Momentos de la verdad, determinación. Las tomas de contacto entre la Empresa y el consumidor.
- c. El cliente "Glocal"



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Facultad de Ciencias de la Actividad Física  
y del Deporte



grupo **INNOVA**  
CANARIAS



COLEGIO OFICIAL  
DE LICENCIADOS EN  
EDUCACIÓN FÍSICA  
DE CANARIAS

### **MÓDULO 5 (2 HORAS)**

#### **5. Qué es y para qué sirve un Manual de Ventas de Soportes Publicitarios**

- a.** Estructura del manual.
- b.** Contenidos básicos.
- c.** Creatividad en tipos y soportes de patrocinio.

#### **Trabajo Final:**

#### **Cómo Realizar Un Plan de Marketing para una Entidad Deportiva**

**NOTA:** *El trabajo final que realizarán los alumnos por grupos, tendrá como tutores vía internet a los profesores que imparten el curso, hasta finalizarlo, en un plazo máximo de 30 días a partir del final del curso.*



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Facultad de Ciencias de la Actividad Física  
y del Deporte



grupo **INNOVA**  
CANARIAS