

GUÍA DOCENTE 2019/2020



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Recreación, Gestión y Marketing

Grado en CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL
DEPORTE – 3º curso

Modalidad Presencial

Sumario

Datos básicos	3
Breve descripción de la asignatura	4
Objetivos	4
Competencias	4
Contenidos	5
Metodología	6
Criterios de evaluación	7
Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial	7
Breve CV del profesor responsable	9

Recreación, Gestión y Marketing

Datos básicos

Carácter: Optativa.

Nº de créditos: 6 ECTS.

Unidad Temporal: 3^{er} Curso – 2º Semestre

Calendario: Del día 27 de enero al 15 de mayo de 2020

Horario: lunes y martes de 14:00 a 15:00; lunes de 15:30 a 17:30

Profesor/a responsable de la asignatura: Dr. Antonio Sánchez Muñoz

E-mail: asanchezmu01@upsa.es

Horario de tutorías: martes de 9:00 a 11:00 horas y miércoles de 12:00 a 14:00 horas. (Despacho 116, Edificio Luis Vives).

Breve descripción de la asignatura

Recreación, gestión y marketing se centra en el estudio y análisis de las actividades físico-deportivas que pueden ser practicadas en el tiempo libre. Permite al alumno diseñar, planificar y coordinar jornadas deportivas de ocio y tiempo libre, pero también eventos deportivos de alta complejidad. De igual modo, el alumno desarrolla fundamentos de marketing que le permiten la realización de acciones de promoción del servicio o evento deportivo.

Objetivos

- Conocer los fundamentos del ocio, tiempo libre y su relación con la actividad físico-deportiva-recreativa.
- Conocer los fundamentos del deporte recreación, deporte para todos y la función del animador deportivo.
- Ser capaz de diseñar, planificar, gestionar, coordinar y desarrollar proyectos concretos de actividades físico-deportivas-recreativas, para grupos, instituciones, etc., en momentos determinados y reales.
- Conocer los fundamentos de la organización y el marketing aplicados a la actividad física y el deporte.
- Analizar y conocer cada uno de los elementos del marketing mix.
- Analizar las estrategias asociadas para la aplicación de un plan de marketing en la organización de una empresa de actividades físico-deportivas.

Competencias

Competencias básicas y generales	<p>CG6. Valorar la responsabilidad individual y colectiva en la consecución de un futuro sostenible, manteniendo una relación crítica y autónoma respecto a los saberes, los valores y las instituciones sociales públicas y privadas.</p> <p>CB3. Que los estudiantes tengan capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p>
Competencias transversales	<p>CT2. Capacidad de organización y planificación.</p> <p>CT6. Comunicación oral y escrita en la lengua materna.</p> <p>CT7. Trabajo en equipo de carácter interdisciplinar.</p>
Competencias específicas	<p>CE017. Elaborar programas para la dirección de organizaciones, entidades e instalaciones deportivas.</p> <p>CE018. Seleccionar y saber utilizar el material y equipamiento deportivo adecuado para cada tipo de actividad.</p> <p>CE020. Saber aplicar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) al ámbito de las Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.</p>

	<p>CE022. Desarrollar competencias para la adaptación a nuevas situaciones y resolución de problemas, además de para el aprendizaje autónomo.</p> <p>CE024. Conocer y actuar dentro de los principios éticos necesarios para el correcto ejercicio profesional.</p>
--	---

Contenidos

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

- 1. Ocio y tiempo libre. Evolución del tiempo libre.**
 - Evolución histórica.
 - Dimensión actual y previsiones.
 - La industrialización y la sociedad de consumo.
 - Clasificación del ocio.
 - Factores que determinan el tiempo libre.
 - Factores que determinan el ocio.
- 2. El Deporte para Todos.**
 - Concepto.
 - Distintas concepciones.
 - Otros sinónimos al uso sobre el deporte para todos.
- 3. El animador deportivo.**
 - Perfil del animador deportivo.
 - Estrategias de actuación en la animación deportiva.
- 4. Tipología de las actividades físico-recreativas.**
 - Juegos y Deportes.
 - Actividades en la naturaleza.
 - Actividades estéticas.
 - Actividades físicas de mantenimiento.
- 5. El deporte de recreación.**
 - Variables que intervienen en la recreación.
 - Contenidos teórico-prácticos de algunos deportes con posibilidades recreativas.
 - Contenidos teórico-prácticos sobre técnicas aplicadas en el medio natural.
- 6. Organización y planificación de actividades y competiciones deportivas. Distintos sistemas.**
 - Criterios a considerar.
 - Fases de la planificación.
 - Ventajas e inconvenientes.
 - Otras consideraciones.
 - El marketing de las actividades y organizaciones deportivas.
- 7. Los municipios y la actividad física.**
 - Generalidades.
 - Sistemas de organización para la prestación del servicio municipal de deportes.
 - Gestión directa e indirecta.

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

1. Lectura y búsqueda de información para responder a las cuestiones que se formulan al comienzo del curso con ejercicios de auto comprobación.
2. Análisis de lecturas obligatorias que se presenten al alumno.
3. Tareas y talleres individuales y grupales sobre contenidos del programa de la asignatura.
4. Exposición y debate tras el análisis de casos prácticos.
5. Dinámicas de grupo.
6. Realización de un proyecto deportivo.

Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	64	7
Clases prácticas	35	0
Seminarios	6	0
Evaluación Final y Revisión	23	13
Tutorías	22	77

Sesiones teóricas

Clases magistrales en las que se expondrá el temario mediante la ilustración audiovisual de PowerPoint. Las clases son abiertas y dialogantes, invitando a la participación crítica por parte del alumnado en cualquier momento.

Se concede mucha importancia al planteamiento de casos prácticos, invitando a los alumnos a que se impliquen en la corrección de los mismos.

Sesiones prácticas

Trabajos prácticos guiados por el profesor.

Clases centradas en la participación del alumno, dedicadas al análisis de documentos que complementan el contenido del programa de la asignatura.

Los alumnos deben leer, resumir y exponer el tema que se plantea cada semana. Se busca fomentar la participación en el aula, la puesta en común de ideas, la capacidad de crítica por parte del alumno.

Criterios de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen teórico escrito	20	90
Evaluación de los trabajos escritos elaborados por los alumnos	10	80

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen teórico escrito	20	90
Evaluación de los trabajos escritos elaborados por los alumnos	10	80

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

BIBLIOGRAFÍA

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011) *Introducción al Marketing*. Madrid. PEARSON

Añó Sanz, V. (2003). *Organización y Gestión de Actividades Deportivas. Los grandes eventos*. Zaragoza: INDE.

Beech, J., y Chadwick, S. (2007). *The marketing of sport*. Essex: Pretince Hall.

Cepeda, G.A. (2018). *Administración y Gestión de Organizaciones Deportivas*. Pirámide.

Desbordes, M., Ohl, F., y Triobou, G. (2001). *Estrategias del marketing deportivo*. Barcelona: Paidotribo.

García, M. *El Gestor Deportivo en la Organización del Deporte de la Sociedad Actual (2º Edición)*. Wanceulen.

Martín Andrés, O. (1996). *Manual práctico de Organización Deportiva*. Madrid: Gymnos Editorial.

Mestre, J.A., Brotóns, J.M. y Álvaro, M. (2002). *La Gestión Deportiva: Clubes y Federaciones*. Barcelona. INDE.

Mestre Sancho, J.A y García Sánchez, E. (1997). *La Gestión del Deporte Municipal*. Zaragoza: INDE.

- Molina, G. (2018). *El Negocio de la Pasión. Las Claves del Patrocinio Deportivo*. Hojas del Sur Planeta.
- Monroy Antón, A.J. y Rodríguez Rodríguez, V. *Manual de organización de actividades y eventos deportivos*. Editorial GEU.
- Molina, G. (2015). *Manual de marketing deportivo. Cómo trabajar con éxito en la industria del deporte*. Madrid. Editorial Esteban Sanz.
- Mullin, J., Hardy, E., y Sutton, A. (2007). *Marketing deportivo*. Barcelona: Paidotribo.
- Nardi, M. Gambau i Pinasa, V. y Claude Ferrand, A. (2012). *Marketing en el Fitness. Gestión de servicios deportivos, fidelizar y captar nuevos clientes*. Barcelona. Editorial Paidotribo.
- Pitts, B. (2003). *Case studies in sport marketing*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Pedersen, P., Parks, J., Quarterman, J., y Thibault, L. (2010). *Contemporary sport management*. Leeds: Human Kinetics.
- Preciado, G. (2014). *Administración de eventos de actividad física*. Armenia. Editorial Kinesis.
- Santesmases, M., Merino, S., Sánchez, H., y Pintado, B. (2009). *Fundamentos del marketing*. Madrid: Pirámide.
- Shilbury, D., Quick, S., y Westerbeek, H. (2003). *Strategic sport marketing*. Crows Nest: Allen & Unwin.
- Stotlar, K. (2004). *Development successful sport marketing plan*. Morgantown: Fitness Information Technology.

PALATAFORMA MOODLE

En Moodle el alumno encontrará los materiales básicos de la asignatura. Se ha diseñado una pestaña para cada uno de los contenidos en la que se pueden encontrar enlaces a los documentos utilizados en la asignatura.

En el Moodle de la asignatura se ha diseñado una pestaña para la entrega de los trabajos.

TUTORÍAS

Existe un horario de atención tutorial para que el alumno reciba el apoyo que necesite, en caso de que dicha asistencia requiera un trato presencial. Este horario es en el despacho 116 del Edificio Luis Vives. Teléfono 923 125 027 – Extensión 228

Horarios: ver plataforma

De igual modo, el apoyo tutorial puede realizarse a través de las herramientas disponibles en el espacio Moodle (chat, fotos, mails, etc.).

Correo electrónico: asanchezmu01@upsa.es

Breve CV del profesor responsable

ANTONIO SÁNCHEZ MUÑOZ

Dr. por la Universidad Pontificia de Salamanca, Maestro en Educación Física y Grado en CAFYD. Máster en Dirección de Organizaciones e Instalaciones de la Actividad Física y del Deporte. Director Deportivo de la RFEA. Profesor del Grado de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, donde imparte diversas materias relacionadas con los Fundamentos del Deporte, la Planificación, Especialización y Organización del Entrenamiento Deportivo, así como la Gestión Deportiva. Tiene amplia experiencia en ambos campos al haber trabajado más de 15 años como gestor deportivo municipal en el Ayuntamiento de Salamanca, además de estar más de 36 años relacionado con el deporte de alto nivel y rendimiento. Atleta Olímpico, Recordman de España, internacional en 50 ocasiones, campeón de España, etc. Entrenador de atletismo, Seleccionador Nacional de Velocidad de la RFEA y Responsable de Alto Rendimiento de la RFEA. Técnico deportivo superior en atletismo (grado superior). Participante en múltiples conferencias sobre atletismo. Coautor de varios artículos científicos indexados en JCR.