



Datos Generales

Asignatura: COMERCIALIZACION DEL DEPORTE.

Titulación: GRADO GESTION DEPORTIVA.

Carácter: OBLIGATORIA.

Créditos ECTS: 6 ECTS

Curso: 3º

Distribución temporal: 1ER SEMESTRE.

Idioma de impartición: CASTELLANO.

Equipo docente: JAVIER DE LA VARA

Aula(s): AULAS DE TEORIA

Presentación de la asignatura:

La asignatura Comercialización del Deporte y Ocio Deportivo dota al alumnado de las competencias estratégicas y analíticas necesarias para rentabilizar el ecosistema deportivo. Su misión principal es transformar el interés por el deporte en modelos de negocio viables, aplicando metodologías de gran consumo y tendencias digitales. Mediante el análisis empírico y táctico, los estudiantes diseñarán planes de comercialización orientados a la maximización de ingresos y a la optimización de la experiencia del usuario.

Datos Específicos

Resultados del proceso de formación y aprendizaje (RFA)¹

CONTENIDOS	CO6	Conocer las herramientas para la gestión del material y equipamiento deportivo en función de la actividad y el espacio deportivo a utilizar
	CO7	Aprender a identificar las oportunidades de negocio deportivo en contextos tanto nacionales como internacionales
	CO15	Conocer los fundamentos de márketing y la comercialización

¹ La clasificación de los RFA corresponde a la definida en el RD822/2021 y se encuentran definidos en la memoria de verificación del título.

* Extender el contenido utilizando para ello la programación docente. La extensión debe estar en punto intermedio, es decir, ampliar la información en la guía docente pero no llegar a los límites de la programación docente. Se debe incluir el índice de temas a tratar punto por punto (sin desarrollar). Se pueden incluir hasta tres subapartados con ideas claves/subtemas. La extensión máxima será de 2 páginas.

	CO16	Analizar las variables económicas a considerar en el entorno deportivo
HABILIDADES	H1	Proyectar los conocimientos adquiridos para encontrar soluciones a diferentes situaciones relacionadas con el estudio en el ámbito de la gestión deportiva
	H2	Aplicar principios de innovación y creatividad en la empresa deportiva considerando la oferta y demanda del sector
	H4	Utilizar las herramientas de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el ámbito del estudio de la gestión deportiva
	H5	Estructurar estrategias creativas adaptadas a la situación de la empresa deportiva y su entorno
	H6	Desarrollar planes de empresas deportiva en todas sus fases: Viabilidad comercial; Viabilidad económico-financiera y Viabilidad técnica
	H7	Aplicar las herramientas de gestión empresarial en el ámbito del estudio de la gestión deportiva
	H8	Integrar las herramientas de gestión de manera eficaz y adecuada en cualquier área funcional o departamento de una organización deportiva
	H9	Desarrollar principios de responsabilidad social en la empresa como fuente de oportunidades de éxito empresarial en el ámbito de la actividad física y el deporte
COMPETENCIAS	C1	Gestionar la información proveniente de fuentes diversas y aplicar los conocimientos adquiridos en los diferentes escenarios planteados en el ámbito de la gestión deportiva
	C2	Gestionar proyectos de manera autónoma y responsable en el ámbito de la gestión deportiva
	C3	Adquirir un compromiso ético y habilidades personales relacionadas con las relaciones interpersonales especialmente en el ámbito de la actividad física y el deporte
	C4	Comunicar de forma clara y concisa, a todo tipo de audiencias, conocimientos, ideas, datos, etc. en el ámbito del estudio de la gestión deportiva

Contenido de la Asignatura*

Comercialización del deporte y ocio deportivo

- Fundamentos de la comercialización y el marketing
- Investigación de mercados
- Segmentación, posicionamiento y diferenciación
- Productos y servicios de deporte y ocio deportivo
- Precios en el sector del deporte y ocio deportivo
- La distribución en el deporte y ocio deportivo
- Comunicación en el deporte y ocio deportivo
- Nuevas tendencias en la comercialización y marketing de deporte y ocio

Metodologías Docentes y Actividades Formativas²

Metodologías docentes utilizadas en esta asignatura son:

MD1	Método expositivo.
MD2	Estudios de caso.
MD3	Aprendizaje basado en problemas.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos.
MD5	Aprendizaje cooperativo.
MD6	Tutorías.

Actividades formativas utilizadas en esta asignatura son:

Actividades formativas	Horas previstas	% presencialidad
AF1: Clase teórica.	33	100
AF2: Clase prácticas.	20	100
AF3: Realización de trabajos (individuales y/o grupales).	7	20
AF3: Tutorías (individuales y/o grupales).	3	50

² Se deberán extraer de la memoria verificada del título las metodologías docentes, actividades formativas y sistemas de evaluación. (1 ECTS = 25 horas de trabajo del estudiante).

AF5: Estudio independiente y trabajo autónomo del o la estudiante.	82	0
AF6: Pruebas de evaluación.	5	100
Total	150	--

Evaluación: Sistemas y Criterios de Evaluación

Las semanas de evaluación están definidas en el calendario académico publicado en la web de la universidad; la concreción de las fechas se realizará una vez que la docencia haya comenzado.

Sistemas de evaluación utilizados en esta asignatura son:

Denominación	Pond. Mín	Pond. Máx
SE1 Evaluación de la asistencia y participación del o la estudiante.	10	15
SE2 Evaluación de trabajos.	30	45
SE3 Pruebas de evaluación y/o exámenes.	40	60

El estudiantado posee dos modalidades de evaluación para superar la asignatura:

- Evaluación continua con 2 convocatorias/año: ordinaria y extraordinaria.
- Evaluación única con 2 convocatorias/año.

En la Universidad Euneiz la evaluación continua (media ponderada de las diferentes actividades evaluables de la asignatura definidas por el profesorado) es la evaluación primordial; pero Euneiz permite al estudiantado acogerse a la evaluación única.

No se permite el cambio de modalidad de evaluación (de continua a única) escogido por el estudiante a lo largo del curso.

El/la estudiante que desee acogerse a la modalidad de evaluación única deberá solicitarlo por escrito formal que lo justifique dirigido al profesorado responsable de la asignatura y a la Coordinación del título en las dos primeras semanas del inicio de la misma.



Guía Docente

Curso Académico 2026/27

Si el/la estudiante no asiste un 80% a las clases presenciales, pasará directamente a la convocatoria extraordinaria de la evaluación única.

De manera excepcional, el/la docente responsable de la asignatura podrá valorar con otros criterios adicionales como la participación, la actitud, el grado de desempeño y aprovechamiento del o la estudiante, etc., la posibilidad de permitir que el/la estudiante continúe en la convocatoria ordinaria, siempre que su asistencia mínima se encuentre por encima del 70%.

Las faltas de asistencia deben justificarse al profesor/a responsable de la asignatura con un plazo máximo de 1 semana. El justificante oficial deberá ser presentado al profesor/a responsable mediante un correo electrónico.

El/la estudiante irá a la evaluación extraordinaria ÚNICAMENTE con las partes suspendidas.

El sistema de calificación de la asignatura sigue lo establecido en el RD 1125/2003 y los resultados obtenidos se calificarán siguiendo la escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal.

- 0-4,9: Suspenso (SS).
- 5,0-6,9: Aprobado (AP).
- 7,0-8,9: Notable (NT).
- 9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a alumnos/as que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los/las alumnos/as matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos/as matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Será considerado no presentado (NP) el estudiantado matriculado que no realice ninguna actividad evaluativa.

Toda actividad evaluativa escrita (trabajos, exámenes...) considerará las faltas ortotipográficas en la calificación final.

El plagio está prohibido, tanto en los trabajos, como en los exámenes, en caso de detectarse la calificación será suspenso. Los trabajos entregados a través del campus virtual serán objeto de análisis por la herramienta Turnitin:

- Los informes con un índice de similitud entre el 20% y el 30% serán revisados por el profesor/a para analizar las posibles fuentes de plagio y evaluar si están justificadas.
- Cualquier trabajo con un índice de similitud superior al 30%, una vez realizado el análisis del o la docente, no será evaluado.



Guía Docente

Curso Académico 2026/27

Recursos materiales e infraestructuras necesarias

Tipo de recurso material y/o infraestructura
Aulas

Bibliografía y otros Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Básica

- Blanco, A., y Garijo, C. (2015). *Marketing deportivo*. Centro de Estudios Financieros (CEF).
- Desbordes, M. (2001). *Estrategias del marketing deportivo. Análisis del consumo deportivo*. Paidotribo.
- Mullin, B. J., Hardy, S., y Sutton, W. A. (2007). *Marketing deportivo*. Paidotribo.

Bibliografía Complementaria

- Chadwick, S., Chanavat, N., y Desbordes, M. (Eds.). (2015). *Routledge handbook of sports marketing*. Routledge.
- García-Fernández, J. (2014). *Casos prácticos en la gestión del deporte*. Wanceulen Editorial Deportiva.
- Shank, M. D., y Lyberger, M. R. (2014). *Sports marketing: A strategic perspective*. Routledge.

Otros Recursos de Aprendizaje Recomendados³

- Informes de Palco23
- Nielsen Sports
- Blinkfire Analytics
- IESE

³ Entre otros recursos de aprendizaje pueden incluirse páginas web, software, materia audiovisual, etc.