



Masters Profesionales

Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5
Créditos ECTS



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5
Créditos ECTS

1. Sobre INESEM

2. Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos
Digital y Esports + 5 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL

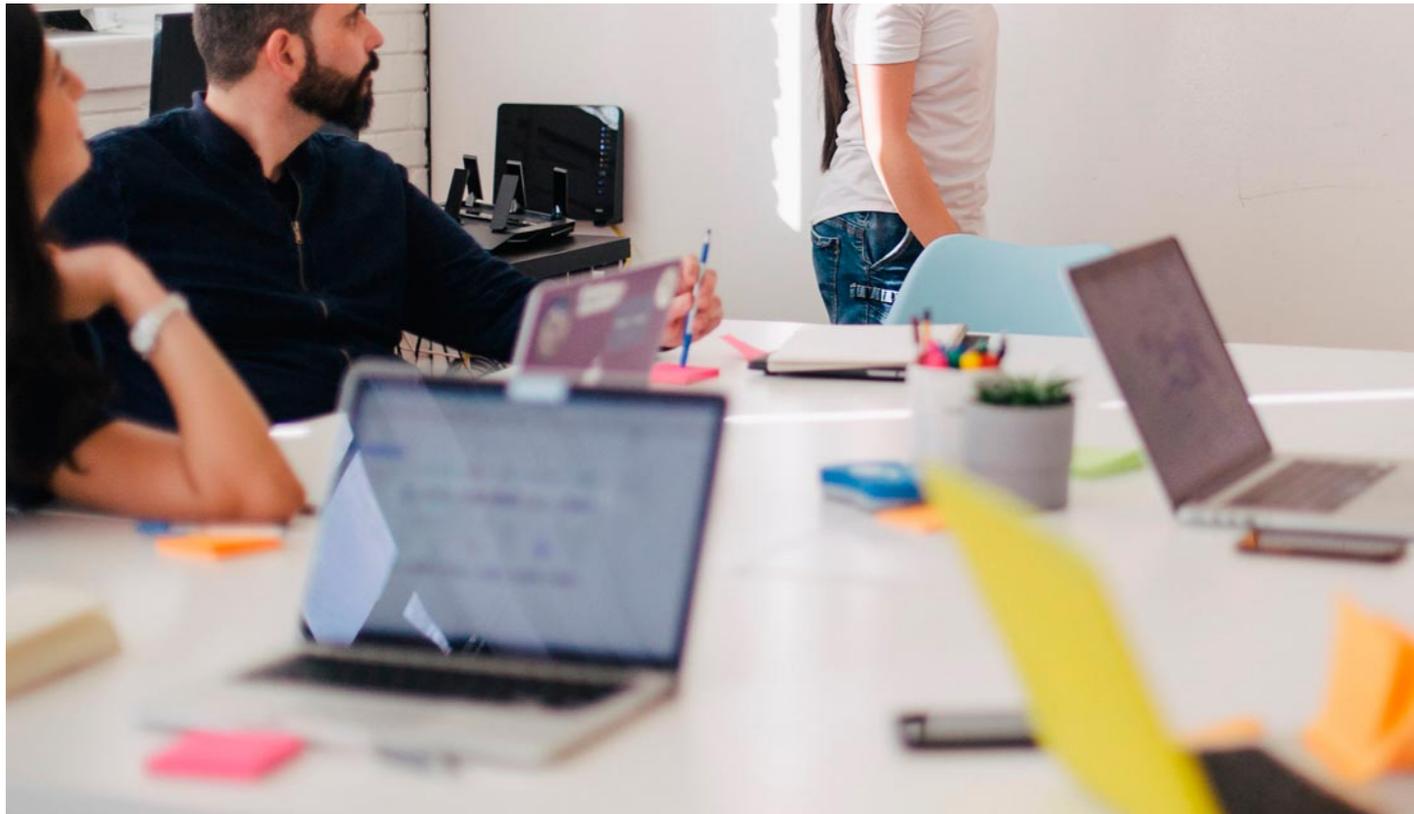


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5 Créditos ECTS



DURACIÓN	1500
PRECIO	1795 €
CRÉDITOS ECTS	5
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

Doble Titulación:

- Título Propio Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports expedido por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM). "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."
- Título Propio Universitario en Community Manager expedido por la Universidad Antonio de Nebrija con 5 créditos ECTS

Resumen

El presente máster abarca una multitud de áreas necesarias para llevar a cabo una dirección deportiva estratégica exitosa y adaptada a la nueva realidad deportiva donde confluyen los deportes en el mundo físico y los deportes electrónicos o esports. Conocerás todo el entramado fiscal, económico y legal que requiere una gestión deportiva cualificada junto con otras áreas como el dopaje, los derechos de explotación audiovisuales, la gestión de eventos deportivos o el patrocinio en el mercado de los esports. En INESEM mantenemos el compromiso firme de ofrecer a los alumnos una formación actual, competitiva y completa para afrontar todos sus retos profesionales. Por ello, tratamos de abarcar todas las áreas que las empresas del sector demandan para desarrollar sus estrategias más innovadas.

A quién va dirigido

El Máster en Gestión de Esports, Marketing Deportivo y Entornos Digitales está dirigido a perfiles profesionales como estudiantes o titulados en el área de la actividad física o la administración de empresas, así como a personas formadas en derecho, contabilidad y finanzas. También para aquellos que posean un negocio deportivo y deseen ampliar sus competencias profesionales.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Implantar las bases para una planificación y gestión estratégica en las organizaciones deportivas públicas o privadas.
- Organizar eventos deportivos teniendo en cuenta los patrocinios, las infraestructuras deportivas, y el presupuesto.
- Profundizar en el articulado de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte y la normativa que regula los E-sports.
- Gestionar la reputación y el branding de las marcas deportivas orientándolas a mejorar su Brand Equity.
- Entender la comunicación integrada de marketing de forma global integrando las relaciones públicas, patrocinio y promoción de ventas.
- Utilizar las redes sociales para elaborar una estrategia de gestión y publicidad dirigidas a la captación y fidelización.
- Familiarizarse con los nuevos formatos publicitarios Advergaming o el Product Placement nativos en los E-sports.





¿Y, después?

Para qué te prepara

En la actualidad conviven las organizaciones deportivas con la nueva generación de E-Sports, siendo necesario para llevar a cabo una gestión deportiva exitosa, una formación cualificada donde el marketing aún juega un papel destacado. El Máster en Gestión de Esports, Marketing Deportivo y Entornos Digitales será la formación que te convierta en el perfil polivalente buscado por las firmas deportivas más innovadoras.

Salidas Laborales

La versatilidad que consiguen los alumnos formados en el Máster en Gestión de Esports, Marketing Deportivo y Entornos Digitales les permite acceder a puestos de trabajo como directores, gestores, responsables de diferentes departamentos en empresas deportivas, organizador de eventos deportivos o directores de instalaciones deportivas, entre otros.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5 Créditos ECTS

Módulo 1. **Gestión deportiva**

Módulo 2. **Gestión de eventos deportivos**

Módulo 3. **Gestión de espacios e instalaciones deportivas**

Módulo 4. **Derecho deportivo y legislación e-sport**

Módulo 5. **Marketing estratégico**

Módulo 6. **Comunicación integrada de marketing**

Módulo 7. **Marketing en la gestión de instalaciones deportivas**

Módulo 8. **Marketing digital deportivo**

Módulo 9. **Marketing de buscadores**

Módulo 10. **Community management**

Módulo 11. **Marketing relacional**

Módulo 12. **Evolución y desarrollo del videojuego**

Módulo 13. **Marketing e-sport y modelos de negocio**

Módulo 14. **Patrocinio y publicidad en e-sports**

Módulo 15. **Proyecto fin de máster**

PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos Digital y Esports + 5 Créditos ECTS

Módulo 1. Gestión deportiva

Unidad didáctica 1. Principios básicos de la gestión empresarial

1. Definición de Gestión en el contexto empresarial
2. Diferencia entre la Gestión Tradicional y la Gestión por Procesos
3. Clasificación de los Procesos
4. Principios de la Gestión por Procesos
5. Modelado de Procesos

Unidad didáctica 2. Las bases de la dirección estratégica

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

Unidad didáctica 3. Proceso de planificación estratégica

1. Visión, misión y valores empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

Unidad didáctica 4. Análisis estratégico de la empresa

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes
9. Poder de negociación de los proveedores

Unidad didáctica 5. Diagnóstico interno de la empresa

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

Unidad didáctica 6. La estrategia propuesta

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

Unidad didáctica 7.

Implantación y control estratégico

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo
3. Disponibilidad de recursos
4. Control y evaluación de resultados
5. Inicio de ajustes correctivos
6. Cuadro de mando integral
7. Inicio de ajustes correctivos
8. Cuadro de mando integral

Unidad didáctica 8.

La dirección estratégica en el deporte

1. Diagnóstico estratégico en el deporte
2. Estratégicas en la gestión del deporte
3. Implementación de la estrategia deportiva
4. Control y evaluación en la estrategia deportiva

Unidad didáctica 9.

La gestión pública y privada de las organizaciones deportivas

1. Nuevas claves en gestión deportiva pública
2. Mejorando la gestión pública deportiva

Módulo 2.

Gestión de eventos deportivos

Unidad didáctica 1.

Organización de reuniones

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de reuniones
5. Etapas de una reunión

Unidad didáctica 2.

Organización de eventos

1. Tipos de eventos
2. Organización del evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

Unidad didáctica 3.

Relaciones públicas

1. Definición y Concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de Relaciones Públicas

Unidad didáctica 4.

Diseño de un evento deportivo

1. Deporte y Protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de marketing
4. Elaboración de presupuestos
5. Creación del comité de dirección y coordinación

Unidad didáctica 5.

Planificación deportiva

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

Unidad didáctica 6.

La infraestructura deportiva

1. Dirección de Infraestructura deportiva
2. Subdirección de Infraestructura deportiva
3. Departamento de mantenimiento de infraestructura
4. Subdirección de planeación y proyectos
5. Departamento de seguimiento
6. Subdirección de administración y finanzas
7. Departamento de recursos materiales
8. Departamento de recursos financieros
9. Departamento de Recursos Humanos

Unidad didáctica 7.

El patrocinio de los eventos deportivos

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. La preparación de una oferta de patrocinio
5. Intereses y exigencias de los patrocinadores

Unidad didáctica 8.

Los beneficios de la organización de eventos deportivos

1. Beneficios socioeconómicos fundamentales
2. Beneficios sociopolíticos
3. La repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

Unidad didáctica 9.

Anexo ley estatal del deporte

1. Principios generales
2. El consejo superior de deportes
3. Las asociaciones deportivas
4. De las competiciones
5. El comité olímpico y el comité paralímpico Españoles
6. El deporte de alto nivel
7. Investigación y enseñanzas deportivas
8. Control de las sustancias y métodos prohibidos en el deporte y seguridad en la práctica deportiva
9. Prevención de la violencia en los espectáculos deportivos
10. Instalaciones deportivas
11. La disciplina deportiva
12. Asamblea general del deporte
13. Conciliación extrajudicial en el deporte
14. Disposiciones adicionales
15. Disposiciones transitorias
16. Disposiciones finales

Módulo 3.

Gestión de espacios e instalaciones deportivas

Unidad didáctica 1.

Las instalaciones deportivas

1. La visión de la sociedad con respecto al deporte
2. La carta verde del deporte y sus principales elementos
3. Las instalaciones deportivas en España
4. Utilización de espacios y materiales en los centros educativos destinados a actividades deportivas

Unidad didáctica 2.

Características y condiciones en la gestión de espacios

1. Conceptos básicos
2. Requisitos principales y condiciones del espacio
3. Requisitos principales y condiciones del espacio destinado como aparcamiento

Unidad didáctica 3.

Requisitos de los espacios deportivos

1. Características y requisitos de las instalaciones acuáticas
2. Características y requisitos de las pistas deportivas
3. Características y requisitos de los campos de juego

Unidad didáctica 4.

Características generales de los espacios complementarios

1. Entrada y recepción a instalaciones deportivas
2. Ubicación y características de la recepción
3. Accesos y movilidad
4. Características y requisitos de espacios destinados al aseo y sanitarios
5. Características y requisitos de las gradas
6. Características y requisitos referentes a la accesibilidad
7. Las barreras arquitectónicas

Unidad didáctica 5.

Principios y funciones de las instalaciones deportivas

1. Principios generales de la planificación
2. Fases de la planificación
3. Principios básicos a tener en cuenta en el diseño de instalaciones deportivas
4. Funcionalidad de instalaciones deportivas

Unidad didáctica 6.

Mejora de la calidad de instalaciones deportivas

1. Diferentes etapas de una instalación deportiva
2. La gestión de instalaciones deportivas y tipos de gestión orientadas a la explotación
3. La gestión directa, indirecta y mixta
4. Búsqueda de la calidad en la gestión de instalaciones deportivas

Unidad didáctica 7.

Sostenibilidad y etapas en las instalaciones deportivas

1. Principios indispensables en la sostenibilidad de una instalación deportiva
2. Certificación

Unidad didáctica 8.

La influencia de los factores socioeconómicos en la gestión de instalaciones deportivas

1. La instalaciones deportivas en función de la economía
2. La gestión indirecta como tendencia en España
3. Las instalaciones deportivas desde un punto de vista urbanístico
4. Instalaciones públicas y privadas. Régimen de acceso
5. Sostenibilidad de instalaciones deportivas manteniendo la calidad

Módulo 4.

Derecho deportivo y legislación e-sport

Unidad didáctica 1.

Ley estatal del deporte

1. Principios generales
2. El consejo superior de deportes
3. Las asociaciones deportivas
4. De las competiciones
5. El comité olímpico y el comité paralímpico Españoles
6. El deporte de alto nivel
7. Investigación y enseñanzas deportivas
8. Control de las sustancias y métodos prohibidos en el deporte y seguridad en la práctica deportiva
9. Prevención de la violencia en los espectáculos deportivos
10. Instalaciones deportivas
11. La disciplina deportiva
12. Asamblea general del deporte
13. Conciliación extrajudicial en el deporte
14. Disposiciones adicionales
15. Disposiciones transitorias
16. Disposiciones finales

Unidad didáctica 2.

Estructura administrativa del deporte español

1. El modelo deportivo español
2. El Consejo Superior de Deportes (CSD)
3. El Comité Olímpico y el Comité Paralímpico Españoles
4. Asamblea General del Deporte (ASG)
5. Programa Asociación de Deportes Olímpicos
6. Comisión Estatal contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte
7. Comité Español de Disciplina Deportiva
8. Tribunal Administrativo del Deporte (TAD)

Unidad didáctica 3.

Sociedades, clubes y asociaciones deportivas

1. Introducción. Sociedades
2. Concepto y Caracteres
3. Constitución
4. Los órganos sociales
5. Capital social y acciones
6. Disolución y liquidación
7. Asociaciones y clubs deportivos

Unidad didáctica 4.

Retribución de los deportistas, derechos de imagen, contratos y cláusulas principales

1. Normativa aplicable. Derechos de imagen
2. La comercialización y explotación de derechos de imagen
3. Patrocinio deportivo
4. Retribuciones de los deportistas

Unidad didáctica 5.

Fiscalidad en el deporte

1. El deporte ante el sistema tributario
2. Régimen tributario de los deportistas
3. Los deportistas profesionales y el IRPF
4. Los deportistas profesionales y el IRNR
5. Los deportistas profesionales y el IAE
6. Los deportistas profesionales y el IVA

Unidad didáctica 6.

Derechos audio visuales en el deporte

1. La cesión de derechos
2. Los derechos audiovisuales: fuente de ingresos para las entidades deportivas
3. Derecho de retransmisión deportiva
4. Derechos de autor y conexos en el deporte
5. Protección Jurídica derechos de explotación audiovisual

Unidad didáctica 7.

Aspectos jurídicos en la gestión de entidades deportivas

1. Definición de gestión
2. Diferencia entre la Gestión Tradicional y la Gestión por Procesos
3. Clasificación de los procesos
4. Principios de la Gestión por procesos
5. Modelado de procesos

Unidad didáctica 8.

Prevención y control internacional en el dopaje deportivo

1. Historia del dopaje
2. Sustancias y métodos prohibidos en el deporte
3. Control y medidas disuasorias en el dopaje
4. Organismos responsables en la lucha contra el dopaje
5. Infracciones y sanciones

Unidad didáctica 9.

Legislación en e-sports: jugadores y clubes

1. Aspectos básicos
2. Regulación de los e-Sports en España
3. ¿Qué derechos tiene un jugador profesional de e-Sports
4. Jugadores amateurs y jugadores profesionales. ¿En qué se diferencian?
5. Legislación en e-Sports: Clubes

Unidad didáctica 10.

Regulación deportiva en los e-sports

1. Aspectos básicos
2. Los códigos de conducta
3. Órganos disciplinarios de la Liga de Videojuegos Profesional de España y sus competencias
4. Órganos disciplinarios de la Esports Integrity Commission
5. La necesaria regulación de los e-Sports

Unidad didáctica 11.

Dopaje en e-sports

1. Dopaje

Módulo 5.

Marketing estratégico

Unidad didáctica 1.

Introducción al marketing estratégico

1. Procesos de planificación estratégica
2. El papel del marketing en la empresa
3. Análisis de situación y estrategias de marketing
4. La orientación al cliente

Unidad didáctica 2.

La segmentación de mercados

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

Unidad didáctica 3.

Análisis de la demanda y de la estructura competitiva

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

Unidad didáctica 4.

Comportamiento del consumidor

1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4. Factores sociológicos de consumo
5. El proceso de decisión del consumidor

Unidad didáctica 5.

Posicionamiento

1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2. Elementos del posicionamiento
3. Estrategias de posicionamiento
4. Fases y mapas de posicionamiento

Unidad didáctica 6.

Reputación corporativa y branding

1. Personalidad y estructura de marca
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas producto
4. La imagen como comunicadora
5. Reputación corporativa

Unidad didáctica 7.

Diseño, ejecución y control del plan de marketing

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

Módulo 6.

Comunicación integrada de marketing

Unidad didáctica 1.

La comunicación y sus componentes

1. ¿Qué es la comunicación?
2. El marketing como raíz de la comunicación digital
3. Otros componentes del marketing
4. Comunicación Integral de Marketing (CIM)

Unidad didáctica 2.

La promoción de ventas

1. Introducción a la promoción de ventas
2. Características y objetivos de la promoción de ventas
3. La estrategia promocional
4. Las tácticas promocionales
5. La promoción de venta online
6. Medición de la eficiencia promocional

Unidad didáctica 3.

Las relaciones públicas

1. Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
2. Causas del desarrollo de las relaciones públicas
3. Técnicas de relaciones públicas
4. Los eventos y las ferias
5. La comunicación en situación de crisis
6. Las relaciones públicas en Internet

Unidad didáctica 4.

El patrocinio

1. Concepto, causas y objetivos del patrocinio
2. Tipologías de patrocinios
3. Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

Unidad didáctica 5.

El marketing directo e interactivo

1. El marketing directo en la actualidad
2. Variables del marketing directo
3. La base de datos
4. Medios convencionales para el marketing directo
5. Marketing directo en Medios masivos

Unidad didáctica 1.

Marketing de las instalaciones deportivas

1. Definición
2. Utilidades del marketing para las instalaciones deportivas
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Marketing y Deporte, una nueva relación
5. Planeación estratégica de las instalaciones deportivas

Unidad didáctica 2.

Marketing y mercado deportivo

1. El mercado deportivo
2. Investigación de mercado
3. Política de mercado
4. El producto deportivo
5. El consumidor deportivo

Unidad didáctica 3.

La comunicación publicitaria en el entorno del marketing

1. Conceptualización en torno a la comunicación publicitaria
2. El proceso de comunicación publicitaria en televisión

Unidad didáctica 4.

Dirección de marketing en la instalaciones deportivas

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de empresas deportivas
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

Unidad didáctica 5.

El plan de marketing

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

Unidad didáctica 6.

Teorías de la venta

1. Introducción
2. Asistencia al cliente/a
3. Como conseguir la satisfacción del cliente/a

Unidad didáctica 7.

La plataforma comercial

1. La plataforma comercial
2. Influencias en el proceso de compra
3. Tipología humana
4. Motivaciones psicológicas del consumidor/a

Módulo 8. Marketing digital deportivo

Unidad didáctica 1. Conceptualización del marketing digital

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

Unidad didáctica 2. Formas del marketing en internet

1. Las F's del Marketing Online
2. Formas del Marketing Online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

Unidad didáctica 3. Investigación comercial en marketing digital

1. Marketing digital vs Marketing tradicional
2. Investigación comercial en marketing digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet

Unidad didáctica 4. Marketing deportivo

1. Intercambio de bienes deportivos
2. Consumo de espectáculo deportivo
3. Estrategias de marketing de los ofertantes de servicios deportivos
4. Ciclo de vida y especificidad de un servicio deportivo
5. Política de comunicación deportiva

Módulo 9. Marketing de buscadores

Unidad didáctica 1. Seo

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

Unidad didáctica 2. Sem

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

Unidad didáctica 3. Blogs deportivos

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

Unidad didáctica 1.

Introducción y contextualización del social media

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

Unidad didáctica 2.

Social crm y atención al cliente

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM
5. Atención al Cliente en Facebook
6. Atención al Cliente en Twitter
7. Atención al Cliente en Instagram

Unidad didáctica 3.

Introducción al copywriting

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

Unidad didáctica 4.

Blogging, seo y analítica

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Blogs y Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Contenido inteligente
5. Monitorización Social

Unidad didáctica 5.

Gestión de facebook

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

Unidad didáctica 6.

Gestión de instagram

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

Unidad didáctica 7.

Gestión de twitter

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

Unidad didáctica 8.

Gestión de youtube

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

Unidad didáctica 9.

Publicidad social media- facebook ads

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios

Unidad didáctica 10.

Publicidad social media- instagram ads

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

Unidad didáctica 11.

Publicidad social media- twitter ads

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

Unidad didáctica 12.

Publicidad social media- publicidad en youtube

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

Módulo 11.

Marketing relacional

Unidad didáctica 1.

Conceptualización del marketing relacional

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

Unidad didáctica 2.

La fidelización del cliente como base del marketing relacional

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

Unidad didáctica 3.

Fidelización de clientes online

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

Unidad didáctica 4.

Herramientas de análisis en los programas de fidelización

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

Unidad didáctica 5.

La segmentación de clientes como principal herramienta para conocer al cliente

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

Unidad didáctica 6.

Métricas en marketing relacional

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

Unidad didáctica 7.

Generación de leads

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

Módulo 12.

Evolución y desarrollo del videojuego

Unidad didáctica 1.

Introducción al mundo del videojuego

1. Tipos de videojuegos
2. Música en los videojuegos
3. Elementos de los videojuegos
4. Los videojuegos y su repercusión en la sociedad actual

Unidad didáctica 2.

Historia de los videojuegos (años 70, 80 y 90)

1. Antecedentes
2. Década de los 70
3. Década de los 80
4. Década de los 90

Unidad didáctica 3.

Historia de los videojuegos (años 2000)

1. Introducción
2. Videojuegos más importantes de la época
3. MMORPG y Emuladores
4. Motores gráficos

Unidad didáctica 4.

Historia de los videojuegos (2010 a actualidad)

1. El videojuego en el mundo actual
2. La evolución del videojuego en la última década
3. Videojuegos más vendidos en los últimos años y "Players"
4. Twitch

Unidad didáctica 5. Futuro de los videojuegos

1. El futuro de los e-Sport
2. El juego competitivo
3. Realidad virtual y realidad aumentada
4. Los videojuegos y el merchandising

Módulo 13. Marketing e-sport y modelos de negocio

Unidad didáctica 1. Introducción a los e-sports

1. Los e-Sport como deporte
2. Educación y e-Sports
3. E-Sport en la actualidad

Unidad didáctica 2. Principales stakeholders en el mundo de los e-sports

1. Figuras importantes dentro del sector
2. Jugadores
3. Clubs
4. Publishers
5. Patrocinadores
6. Prensa y medios especializados
7. Casters y Analistas
8. Centros de aprendizaje y entrenamiento
9. Organizadores de eventos
10. Inversores
11. Figuras del mundo de la política
12. Audiencia
13. Streamers

Unidad didáctica 3.

Impacto y audiencia de los e-sports

1. La sociedad de los e-Sports
2. Plataformas y medios de difusión
3. Audiencia femenina
4. Llegar a ser historia
5. Tratamiento mediático

Unidad didáctica 4.

Mercado de negocio en e-sports

1. Ideas de negocio
2. El negocio de los e-Sports
3. Contribución a algunos negocios
4. Posibilidades del mercado de los e-Sports
5. Cómo funciona una agencia de e-sports

Módulo 14.

Patrocinio y publicidad en e-sports

Unidad didáctica 1.

Patrocinio en e-sports

1. Introducción al Patrocinio Deportivo
2. Fases del Patrocinio Deportivo
3. Regulación del Patrocinio en E-Sports
4. Patrocinio E- Sports
5. Tipos de Patrocinios en eSports

Unidad didáctica 2.

Publicidad en e-sports

1. La Rentabilidad Publicitaria en e-Sports
2. Advergaming: nuevo formato publicitario
3. El Branded Content en eSports
4. El Storytelling
5. Product Placement
6. Los eSports como Estrategia Comunicativa
7. Otros Formatos publicitarios
8. E-Gamers como embajadores de marca

Módulo 15.
Proyecto fin de máster

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.



Revista Digital

Secretaría

5

pilares del método

Webinars

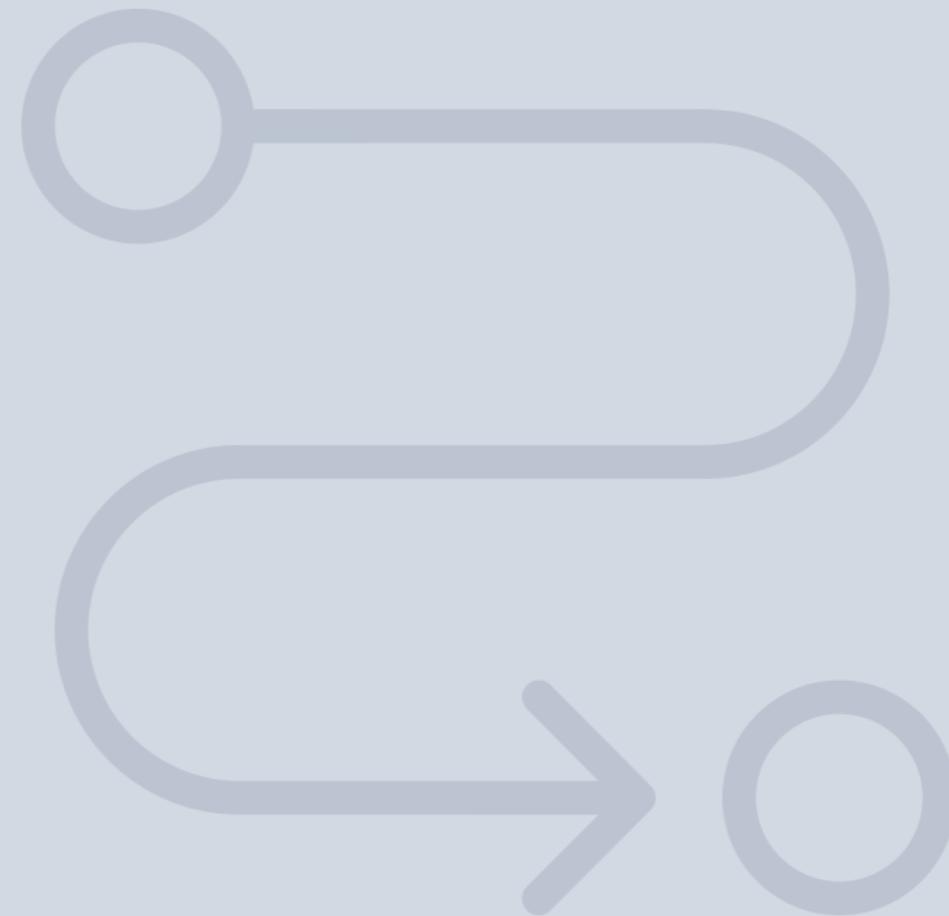
Comunidad

Campus Virtual



SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

Beca desempleo

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

Beca emprende

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

Beca alumnos

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Masters Profesionales

Master en Gestión y Marketing Deportivo, Entornos
Digital y Esports + 5 Créditos ECTS

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.