



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Introducción a los Negocios del Deporte
CÓDIGO	:	DT19
CICLO	:	201702
CUERPO ACADÉMICO	:	Rosales Zavaleta, Raúl Antenor San Martín Castillo, Gustavo Adolfo
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	2 H (Práctica) Semanal /2 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Negocios del deporte

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Descripción:

El curso Introducción a los negocios del deporte se sustenta en los actuales enfoques relacionados a la comprensión de conceptos básicos propios del ámbito deportivo y promover su descubrimiento de los negocios que giran en torno a la práctica deportiva, así como los diferentes agentes involucrados en los mismos. Se desarrolla en 6 unidades de aprendizaje con sesiones teóricas y prácticas que se desarrollarán de manera presencial y a través de actividades complementarias.

Propósito:

Tiene como propósito el que el estudiante desarrolle la competencia específica de Gestión Institucional Deportiva en el nivel 1, desarrollando los conceptos elementales que formarán parte de su base de conocimientos para su crecimiento a lo largo de su proceso formativo en la materia de gestión deportiva que le permitirá una mejor comprensión del entorno en el que se desenvolverá como egresado. El curso desarrolla la competencia general Pensamiento Innovador en el Nivel 1.

El curso no tienen pre requisitos.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

El alumno al finalizar el curso, tendrá la capacidad de interpretar los elementos que componen una institución deportiva. Identifica a los elementos de una estrategia sostenible para una institución deportiva.

Competencia Específica: Gestión Institucional Deportiva

Nivel del logro: 1

Definición: Identifica a los elementos de una estrategia sostenible para una organización deportiva

Competencia General: Pensamiento Innovador

Nivel del logro: 1

Definición: Capacidad de generar propuestas sostenibles, creativas e inspiradoras de mejora o creación de un

producto, servicio o proceso que impactan positivamente en un determinado contexto, incorporando el ensayo y error como parte de proceso.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 JUEGO, DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA
<p>LOGRO</p> <p>Competencia(s): Gestión Institucional Deportiva</p> <p>Logro: Al finalizar la unidad, el alumno conoce los conceptos básicos del deporte, juego y actividad física participando activamente.</p>
<p>TEMARIO</p> <p>Tema 1:</p> <p>Conceptualización de deporte, juego y actividad física.</p> <p>Actividad de aprendizaje:</p> <p>Actividades interactivas para el fomento del conocimiento del entorno por parte del alumno. Elaboración de un marco conceptual para fomentar su interacción con profesor y compañeros, y su adecuación al modelo de aprendizaje centrado el alumno.</p> <p>Evidencias de aprendizaje:</p> <p>Explica los conceptos a través de un mapa conceptual. Comprende la lógica seguida por los autores para llegar a esta conceptualización teórica.</p> <p>Bibliografía:</p> <p>FUNDAMENTOS DE PSICOLOGÍA DEL DEPORTE Y DEL EJERCICIO FÍSICO ¿Smith Weinberg, R., Gould. D. Editorial Panamericana. 4ª Edición. 2007</p> <p>LA INICIACIÓN DEPORTIVA Y EL DEPORTE ESCOLAR. Blazquez Sanchez. Editorial INDER(25 jun. 2010)</p>
<p>HORA(S) / SEMANA(S)</p> <p>1 y 2</p>

UNIDAD N°: 2 CLASIFICACIONES DE LOS DEPORTES
<p>LOGRO</p> <p>Competencia(s): Gestión Institucional Deportiva</p> <p>Logro: Al finalizar la unidad, el alumno es capaz de comprender clasificaciones del deporte y delimitar los alcances del área de conocimiento de esta especialidad.</p>
<p>TEMARIO</p> <p>Tema 1: Análisis de las clasificaciones de deportes y su aplicación</p> <p>Actividad de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none">- Exposición del tema- Análisis de aportes de diferentes autores sobre el tema planteado- Ejercicios prácticos de clasificaciones- Debate entre grupos de trabajo sobre tema planteado. <p>Evidencias de aprendizaje:</p> <p>Argumentación de ideas planteadas en el debate sobre las clasificaciones de los deportes.</p> <p>Bibliografía:</p> <p>EL CONCEPTO DE INICIACIÓN DEPORTIVA EN LA ACTUALIDAD. García López, Luis Miguel; González Vállora, Sixto; Contreras Jordan, Onofre Ricardo; Sánchez Mora Moreno, David; (2009). RETOS. Nuevas Tendencias</p>

en Educación Física, Deporte y Recreación. ENE- JUN 14-20. 2009.
DEPORTE, SALUD Y EMPRESA. Martínez, J. A. . International Journal of Sport Science Volumen VII - Año VII Páginas: 1-2 ISSN:1885-3137 No 22 - Enero - 2011

HORA(S) / SEMANA(S)

3 y 4

UNIDAD Nº: 3 PROFESIONALISMO Y AMATEURISMO DEPORTIVO

LOGRO

Competencia(s):Gestión Institucional Deportiva, Pensamiento Innovador

Logro: Al finalizar la unidad el alumno diferencia las características principales del deporte amateur y profesional, vinculándolo con los tipos de oportunidades de negocio que se engloban en ambas vertientes y las instituciones que lo rigen.

TEMARIO

Tema 1:Profesionalismo y Amateurismo Deportivo

Actividad de aprendizaje:

Actividades de investigación y descubrimiento del deporte amateur y el profesional.

Evidencias de aprendizaje:

En un ejercicio escrito evidencia su capacidad para explicar las distintas actividades deportivas en función de su carácter amateur y profesional, y a nivel jerárquico dentro de las instituciones deportivas nacionales e internacionales y es capaz de definir donde están los límites o puntos donde ambas circunstancias se solapan.

Bibliografía:

OLYMPIC CHARTER ¿ International Olympic Committe ¿ Laussane, Switzerland. September 2015

Tema 2:Diseño de esquemas de identificación de los negocios e instituciones sostenibles en torno a deporte amateur y profesional.

Actividad de aprendizaje:

Actividades de investigación y descubrimiento del deporte amateur y el profesional.

Evidencias de aprendizaje:

En un ejercicio escrito evidencia su capacidad para explicar las distintas actividades deportivas en función de su carácter amateur y profesional, y a nivel jerárquico dentro de las instituciones deportivas nacionales e internacionales y es capaz de definir donde están los límites o puntos donde ambas circunstancias se solapan.

Bibliografía:

OLYMPIC CHARTER ¿ International Olympic Committe ¿ Laussane, Switzerland. September 2015

HORA(S) / SEMANA(S)

5,6,7,8

UNIDAD Nº: 4 PRODUCTOS Y SERVICIOS DEPORTIVOS

LOGRO

Competenci(s)::Gestión Institucional Deportiva, Pensamiento Innovador.

Logro:El alumno comprende los productos y servicios desde una perspectiva de negocio, identificando sus atributos y segmentos a los que se dirigen.

TEMARIO

Tema 1:Productos y Servicios Deportivos

Actividad de aprendizaje:

Análisis y puesta en común de productos y servicios que encuentran en su entorno. Investigación acerca de los productos y servicios identificados y de los modelos de negocio de las empresas e instituciones responsables de los mismos.

Evidencias de aprendizaje:

Mediante un examen escrito identifica atributos y oportunidades coherentes, en base a circunstancias establecidas .

Bibliografía:

FOOTBALL AND THE GLOBAL ENTERTAINMENT BUSINESS. CLUBS AS MULTINATIONAL ENTERTAINMENT CORPORATIONS. Portet Ginesta, X.. Comunicación y Sociedad. jun2011, Vol. 24 Issue 1, p141-166. 26p. 1 Diagram, 5 Charts, 1 Graph. 2011. (EBSCO)

¿LAS ACTITUDES HACIA EL SERVICIO DEPORTIVO VARÍAN SEGÚN EL GRADO DE EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR? - Martínez, J.A., Martínez Caro, L. European Journal of Human Movement, ISSN 0214-0071, N°. 22, 2009, págs. 133-145

HORA(S) / SEMANA(S)

9 y 10

UNIDAD N°: 5 . EL CONSUMIDOR DEPORTIVO**LOGRO**

Competencia:Gestión Institucional Deportiva Logro:Al finalizar el curso, el alumno conocerá las características de los diferentes tipos de consumidores deportivos y será capaz de vincularlas a las oportunidades comerciales que ofrecen productos y servicios deportivos

TEMARIO

Tema 1:El Consumidor Deportivo

Actividad de aprendizaje:

Se realizan actividades prácticas en eventos deportivos o lugares donde exista actividad comercial en torno al deporte para identificar los tipos de consumidores. Se vinculan los consumidores deportivos con los productos y servicios estudiados en la unidad anterior induciéndolos al descubrimiento de conceptos básicos de marketing deportivo, auspicio y patrocinio.

Evidencias de aprendizaje:

El alumno es capaz de explicar conceptos básicos sobre las oportunidades del mercado deportivo y adaptarlas a los tipos de consumidores.

Bibliografía:

DAVID FALK: SOME OPEN QUESTIONS FOR THE SPORTS MARKETING ARENA. Martínez, J.A., RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte. abr2015, Vol. 11 Issue 40, p186-191. 6p. (EBSCO)

HORA(S) / SEMANA(S)

11 y 12

UNIDAD N°: 6 INSTITUCIONES Y EMPRESAS DEPORTIVAS**LOGRO**

Competencia:Gestión Institucional Deportiva Logro:Al finalizar la unidad, el alumno será capaz de identificar empresas e instituciones deportivas, definir sus características principales y explicar sus modelos organizacionales y operativos

TEMARIO

Tema 1:Instituciones y Empresas Deportivas

Actividad de aprendizaje:

Se analizan estatutos de empresas e instituciones y documentos oficiales, como organigramas o estados financieros. En base al análisis previo, por grupos, se identifican las diferencias y se designa la tarea de investigar el funcionamiento interno de una empresa y/o institución.

Evidencias de aprendizaje:

Mediante prueba escrita explica los esquemas de funcionamiento de empresas e instituciones deportivas, su marco jurídico, diferencias principales y documentación.

Bibliografía:

-EL DT CORPORATIVO. Figueiredo, R. y Vázquez Ávila, M. Revista de Antiguos Alumnos del IEEM. 2008, Vol. 11 Issue 2, p59-62. 4p. (EBSCO)

-PLANNING IN THE CROATIAN NATIONAL SPORT FEDERATIONS; Škorić , S., Bartoluci, M.; Kinesiology. 2014 Supplement, Vol. 46, p119-125. 7p. 2014 (EBSCO)

HORA(S) / SEMANA(S)

13,14,15,16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

A través de una metodología participativa, en la que se incluirán dinámicas de grupo para su autoinducción, debates, aprendizaje basado en problemas, los alumnos descubrirán que en torno al mundo deportivo con el que conviven existen multitud de actividades económicas vinculadas directa e indirectamente. Se buscará a través de un trabajo transversal realizado a lo largo de todo el curso que el alumno, en su vida diaria, sea capaz de comenzar a visualizar el deporte desde una perspectiva diferente, identificando el trasfondo de todo aquello que

gira en torno a esta industria. Para ello se fomentará su participación en eventos y actividades más allá del aula como método de transición a la práctica de los conocimientos desarrollados en las sesiones

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

20% (TB1) + 20% (EA1) + 20% (DD1) + 10% (TA1) + 30% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	20
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	20
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
TF - TRABAJO FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 7	Deportista Amateur y Profesional / Análisis del Entorno	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Contenidos de la Semana 1 a la 7	SÍ
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	Semana 13	Promedio Evaluación Escrita Semanas 9 a 13 y Trabajo Productos y Servicios Deportivos	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 15	Promedio de trabajos semanales cargados al aula virtual	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Sustentación y entrega de trabajo consolidador de todo lo estudiado en el curso	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS (UPC), Centro De Información. Catálogo en línea: <http://bit.ly/2vf4Pu4>.

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

MOLINA, Gerardo Aguiar, Francisco (2003) Marketing deportivo : el negocio del deporte y sus claves.

Buenos Aires ; Bogotá : Grupo Editorial Norma.

(658.804796 MOLI)

NACLERIO, Fernando (2011) Entrenamiento deportivo : fundamentos y aplicaciones en diferentes deportes.

Madrid : Médica Panamericana.

(617.1027 NACL)