



I. INFORMACIÓN GENERAL

| | | |
|-------------------------|---|--|
| CURSO | : | Introducción a los Negocios del Deporte |
| CÓDIGO | : | DT67 |
| CICLO | : | 202101 |
| CUERPO ACADÉMICO | : | Gonzales Anampa, Enrique Mirko Maco Justo, José Eduardo |
| CRÉDITOS | : | 3 |
| SEMANAS | : | 16 |
| HORAS | : | 3 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

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 al vínculo que estos tienen con las oportunidades de negocio que giran en torno al deporte. Comprende seis unidades de aprendizaje con sesiones teóricas y prácticas en la que el estudiante ocupa un rol protagónico en su aprendizaje.

Tiene como propósito el que el estudiante desarrolle la competencia específica de gestión deportiva en el nivel 1. Adquiriendo conceptos fundamentales que formarán parte de su estructura profesional en gestión deportiva. También es objetivo del curso el que el estudiante desarrolle su capacidad para transmitir mensajes orales de manera eficaz para diversas audiencias, usando diferentes recursos que faciliten la comprensión de su mensaje. El curso no tiene pre requisitos.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

El alumno al finalizar el curso, estará en la capacidad de interpretar, contextualmente, los elementos que componen una institución deportiva e identificar los elementos de una estrategia sostenible para una institución deportiva de manera precisa. Además, el estudiante mejorará u optimizará sus habilidades de comunicación oral, aspecto fundamental en los profesionales competentes de hoy en día.

Competencia Específica: Gestión Deportiva

Nivel de logro: 1

Definición: Identifica estrategias institucionales para una organización Deportiva.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 JUEGO, DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno comprende los conceptos básicos del deporte, el juego y actividad física de manera de manera clara.

TEMARIO

Conceptualización de deporte.

Juego y actividad física.

Secuencia persuasiva de Alana Monroe

Análisis de las clasificaciones de deportes y su aplicación.

Método Lenguaje no verbal de Ammy Cuddy.

Bibliografía:

Blázquez, D. (dir.). (2010). La iniciación deportiva y el deporte escolar (5a ed.). Barcelona: INDE Publicaciones.

Garita, E. (2006). Motivos de participación y satisfacción en la actividad física, el ejercicio físico y el deporte. *MHSalud*, 3(1), 1-16. Recuperado de <https://doaj.org/article/746a6aa5609e468f9dfcfd0ea3c2c81b>

González, S. (2009). El concepto de iniciación deportiva en la actualidad. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, (15), 14-20. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/34992/18931>

Martínez, J. A. (2011). Deporte, salud y empresa. *RICYDE: Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 7(22), 1-2. <https://doi.org/10.5232/ricyde2011.022>

Mestre, J. (2004). Planificación deportiva. Teoría y práctica. Bases metodológicas para una planificación de la educación física y el deporte (3a ed.). Barcelona: INDE Publicaciones.

Monroe, R. (2008). Viajes fuera del cuerpo. La expansión de la consciencia y de la materia. Madrid: Palmyra. Recuperado de <https://seryactuar.files.wordpress.com/2018/09/robert-monroe-libro-1-viajes-fuera-del-cuerpo-1971.pdf>

Weinberg, R. (2010). Fundamentos de psicología del deporte y del ejercicio físico (4a ed.). Madrid: Médica Panamericana.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1, 2, 3 y 4

UNIDAD N°: 2 PROFESIONALISMO Y AMATEURISMO DEPORTIVO

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno identifica 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 los rigen de manera creativa

TEMARIO

Profesionalismo y Amateurismo Deportivo.

Pautas de exposición académica.

Bibliografía:

Cagigal, J. M. (1984). ¿La educación física, ciencia? Educación Física y Deporte, 6(2-3), 48-58. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/educacionfisicaydeporte/article/view/4716>

International Olympic Committee. (2015). Olympic charter. Switzerland. Recuperado de https://stillmed.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf

Olivera, J. (2006). José María Cagigal y su contribución al humanismo deportivo. Revista Internacional de Sociología, 64(44). Recuperado de <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/34>

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 5, 6 y 7

UNIDAD Nº: 3 PRODUCTOS, SERVICIOS Y CONSUMIDORES DEPORTIVOS

LOGRO

Al finalizar el curso, el alumno identifica las características de los diferentes tipos de consumidores deportivos y las relaciona con oportunidades comerciales que ofrecen productos y servicios deportivos de manera creativa.

TEMARIO

Productos y Servicios Deportivos.

Principios de Cialdini

El Consumidor Deportivo.

Manejo de grupo.

Habilidades expositivas.

Bibliografía:

Blanco, M. (2006). El Real Madrid Club de Fútbol. La aplicación de un modelo empresarial a una entidad deportiva en España. Universia Business Review, (11), 36-61. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43301104>

Cialdini, R. (2014). Influencia. Ciencia y práctica de la persuasión. Madrid: Ilustrae.

Luna-Arocas, R. (1998). Segmentación psicográfica y marketing deportivo. Dossier. Revista de Psicología del Deporte, 121-135. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/13296528.pdf>

Luna-Arocas, R. (1998). El marketing estratégico del deporte. Satisfacción, motivación y expectativas. Revista de psicología del deporte, 7(2), 169-174. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=654618>

Martínez, J. A. (2015). David Falk. Algunas cuestiones abiertas para el marketing deportivo. RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte, 11(40), 182-186. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=s3h&AN=102060861&lang=es>

Portet, X. (2011). Football and the Global Entertainment Business. Clubs as Entertainment Multinational Corporations. Comunicacion Y Sociedad, 24(1), 141-166.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 8, 9, 10, 11 y 12

UNIDAD Nº: 4 INSTITUCIONES Y EMPRESAS DEPORTIVAS

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno identificar empresas e instituciones deportivas, reconoce sus características principales y sus modelos organizacionales y operativos de manera precisa.

TEMARIO

Instituciones y Empresas Deportivas

Bibliografía:

Figureiredo, R. (2008). El DT Corporativo. Revista de Antiguos Alumnos del IEEM, 11(2).

Horch, H. D. (2003). Competencies of sport managers in German sport clubs and sport federations. *Managing Leisure*, 8(2), 70-85. <https://doi.org/10.1080/1360671032000085684>

¿korić, S. (2014). Planning in the Croatian National Sport Federations. *Kinesiology*, 46, 119-125. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=98890020&lang=es>

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 13, 14, 15 y 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, método de casos, aprendizaje basado en problemas y descubrimiento guiado los alumnos desarrollarán los conceptos necesarios que lo ayudarán introducirse en el mundo de los negocios del deporte. El cumplimiento del logro de cada una de las unidades responde a la base sobre la que se trabajará el siguiente, finalizando en trabajo de investigación donde el alumno pondrá en uso la competencia desarrollada durante todo el ciclo.

VII. EVALUACIÓN**FÓRMULA**

20% (DD1) + 30% (TA1) + 20% (DD2) + 30% (TF1)

| TIPO DE NOTA | PESO % |
|-------------------------|--------|
| DD - EVAL. DE DESEMPENO | 20 |
| TA - TAREAS ACADÉMICAS | 30 |
| DD - EVAL. DE DESEMPENO | 20 |
| TF - TRABAJO FINAL | 30 |

VIII. CRONOGRAMA

| TIPO DE PRUEBA | DESCRIPCIÓN NOTA | NÚM. DE PRUEBA | FECHA | OBSERVACIÓN | RECUPERABLE |
|----------------|--------------------|----------------|-----------|---|-------------|
| DD | EVAL. DE DESEMPEÑO | 1 | Semana 4 | Desarrollo de actividades semanales. Cada semana se tendrá una nota y el promedio de las mismas es la nota de final de la evaluación. | NO |
| TA | TAREAS ACADÉMICAS | 1 | Semana 9 | Se realizará un trabajo de entrevistas a deportistas. | NO |
| DD | EVAL. DE DESEMPEÑO | 2 | Semana 13 | Desarrollo de actividades semanales. Cada semana se tendrá una nota y el promedio de las mismas es la nota de final de la evaluación. | NO |
| TF | TRABAJO FINAL | 1 | Semana 16 | Presentación de un proyecto de análisis de una federación deportiva peruana. | NO |

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6313933690003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL