

MICROCREDENCIAL EN

Elementos de la Mercadotecnia Deportiva

11 HORAS

COMPETENCIA PARA DESARROLLAR

Propone un plan estratégico de mercadotecnia deportiva.

OBJETIVOS

- Identificar qué implicaciones tiene la mercadotecnia deportiva.
- Proponer una plan estratégico de mercadotecnia deportiva.

BENEFICIOS

- En esta microcredencial el participante aprenderá qué es la mercadotecnia deportiva y qué implica, qué aspectos implica un plan de mercadotecnia y qué es una hoja de ruta.

DIRIGIDO A

- Profesionistas laborando en la industria del deporte que estén interesados en mejorar la rentabilidad de una organización deportiva. En específico que puedan participar, personal directivo de empresas e instituciones del deporte, gerentes comerciales y de mercadotecnia, gerente de marca deportiva (brand manager), estratega de redes sociales (community manager/strategist) y gestor de contenidos (content manager).

DURACIÓN Y MODALIDAD

11 horas |  Autodirigido

TEMARIO

Módulo

Tema

- | | |
|---|---|
| 1 | La mercadotecnia de experiencias ligada a la pasión por el deporte. |
| 2 | Gestión estratégica de la mercadotecnia deportiva. |
| 3 | Construcción de marca. |
| 4 | Planeación de la estrategia de comunicación de marca. |
| 5 | Contando el storytelling de la marca. |