

Marketing deportivo

Resumen

El fenómeno del deporte, desde sus orígenes, nunca había trascendido a un ámbito tan global, y local al mismo tiempo, de intereses políticos, económicos, culturales y sociales, como el actual. Donde el marketing deportivo como filosofía, con sus técnicas y herramientas, se ocupa de este producto, poliédrico en su esencia y a su vez específico, en su relación de intercambio entre sociedades anónimas deportivas, clubes, instituciones públicas y entidades privadas, medios de comunicación, fabricantes de bienes deportivos, y del diverso público consumidor de deporte. Relación que puede ser más eficaz y satisfactoria, para las partes que intervienen y para la sociedad, en el contexto de la Unión Europea, con la contribución de las nuevas tecnologías, especialmente internet, en su etapa actual de desarrollo, con el modelo de relación adecuado al sistema deportivo.

Profesor

Dr. Francisco Javier Ramírez Perdiguero

Fechas

Del 3 de junio al 5 de julio

Horario

Lunes, miércoles y viernes de 10:30 a 12:00

Horas

45 horas (30 sesiones)

Plazas

24

Precio

657€

CERTIFICADO

Este curso es de libre designación. A su término, UFM Madrid emitirá el correspondiente certificado de asistencia al curso, así como la calificación obtenida. UFM Madrid no expide ningún documento que conlleve el reconocimiento de créditos para la obtención de ningún título universitario.