

Máster Semipresencial

MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Aval/Membresía



tech universidad
FUNDEPOS



Máster Semipresencial

MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS

Créditos: 60 + 4 ECTS

Acceso web: www.techtute.com/ciencias-del-deporte/master-semipresencial/master-semipresencial-mba-direccion-entidades-deportivas

Índice

01	02	03	04
Presentación del programa	¿Por qué estudiar en TECH?	Plan de estudios	Objetivos docentes
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 8</i>	<i>pág. 12</i>	<i>pág. 20</i>
	05	06	07
	Prácticas	Centros de prácticas	Salidas profesionales
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 26</i>	<i>pág. 32</i>	<i>pág. 36</i>
	08	09	10
	Metodología de estudio	Cuadro docente	Titulación
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 42</i>	<i>pág. 52</i>	<i>pág. 76</i>

01

Presentación del programa

La gestión eficiente de entidades deportivas se ha convertido en un desafío clave para el desarrollo sostenible del deporte a nivel global. Según un informe del Consejo Superior de Deportes, más del 60% de los clubes y federaciones enfrentan dificultades en la planificación estratégica y en la administración de recursos. En este contexto, este programa universitario de TECH Universidad FUNDEPOS surge como una respuesta integral a la creciente demanda de profesionales capaces de enfrentar los retos del sector. Esta propuesta académica, estructurada inicialmente en modalidad online, brinda acceso flexible a contenidos especializados, para luego consolidarse con una fase práctica que permite aplicar el conocimiento adquirido en entornos reales. Así, se articula una experiencia orientada a la transformación del liderazgo deportivo.





“

Un programa exhaustivo y 100% online, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con The Chartered Association of Sport and Exercise Sciences”

La Dirección de Entidades Deportivas representa una disciplina clave en la gestión moderna del deporte, ya que articula conocimientos de administración, liderazgo y normativas aplicadas al ámbito deportivo. De hecho, su importancia ha crecido en un contexto donde las instituciones requieren modelos de gestión más eficientes, sostenibles y alineados con los desafíos del entorno global. En la actualidad, dirigir con eficacia una entidad deportiva no solo implica habilidades gerenciales, sino también un profundo conocimiento del contexto legal, económico y social en el que se desenvuelven clubes, federaciones y otras organizaciones.

En línea con estas demandas, el plan de estudios de TECH Universidad FUNDEPOS profundizará en aspectos esenciales como el análisis del entorno deportivo contemporáneo, la planificación estratégica aplicada a las organizaciones deportivas y la comprensión de la jurisdicción deportiva en los diferentes niveles institucionales. A través de estos y más ejes temáticos, se abordarán los factores que influyen directamente en la sostenibilidad de los proyectos deportivos y en la toma de decisiones efectivas. Además, se explorarán los marcos normativos que regulan la actividad deportiva.

Posteriormente, la metodología diseñada por TECH Universidad FUNDEPOS se apoya en un entorno online y práctico, que combina contenidos avanzados y recursos didácticos actualizados con una fase práctica desarrollada en una entidad deportiva de prestigio. Esta estrategia se complementa con el método *Relearning*, que promueve un aprendizaje dinámico y profundo mediante la repetición estratégica de conceptos clave. Además, se contará con la intervención de Directores Invitados Internacionales, quienes impartirán exclusivas *Masterclasses* enriqueciendo la experiencia con perspectivas globales y casos reales.

A su vez, gracias a la membresía en **The Chartered Association of Sport and Exercise Sciences (CASES)**, el alumno podrá acceder a recursos educativos exclusivos, descuentos en eventos y publicaciones especializadas, y beneficios prácticos como seguros profesionales. También, podrá integrarse a una comunidad activa, participar en comités y obtener acreditaciones que impulsan su desarrollo, visibilidad y proyección profesional en el ámbito del deporte y la ciencia del ejercicio.

Este **Máster Semipresencial MBA en Dirección de Entidades Deportivas** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por profesionales con amplia trayectoria en la gestión deportiva y docentes universitarios especializados en Dirección de Entidades Deportivas
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información imprescindible sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Valoración y seguimiento de organizaciones deportivas, estructuras administrativas y toma de decisiones en escenarios estratégicos
- ♦ Con un especial hincapié en la evidencia aplicada a la gestión deportiva y en las metodologías de investigación vinculadas a la Dirección de Entidades Deportivas
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Además, podrás realizar una estancia de prácticas en una de las mejores empresas



Unos reputados Directores Invitados Internacionales te brindarán intensivas y exclusivas Masterclasses centradas en la Dirección de Entidades Deportivas”

“

La innovadora modalidad de esta titulación universitaria te proporciona 3 semanas de intensiva capacitación en un centro especializado, junto a los mejores expertos de esta rama del deporte”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales del ámbito deportivo que desempeñan funciones directivas en organizaciones deportivas de alto nivel, y que requieren una cualificación especializada para afrontar entornos complejos y exigentes. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en la práctica directiva deportiva, y los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y respaldarán la toma de decisiones en la gestión de organizaciones deportivas.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional del deporte un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Esta titulación universitaria representa la propuesta académica más actual del mercado y te garantizará una actualización inmediata y rigurosa.

Podrás actualizar tus conocimientos en un entorno moderno y versátil, aplicando enfoques actuales en la toma de decisiones estratégicas en gestión deportiva.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

El itinerario que complementa este programa universitario profundizará en áreas clave de la Dirección de Entidades Deportivas. Por lo tanto, se ahondará en la gestión financiera y los aspectos tributarios aplicados al deporte, indispensables para optimizar recursos y garantizar la sostenibilidad económica de las organizaciones. Asimismo, se abordará el *marketing* deportivo, útil para fortalecer la visibilidad institucional y generar vínculos con el entorno. De igual manera, el uso del *Big Data* facilitará decisiones estratégicas a partir del análisis de información compleja. Finalmente, el profesional deportivo desarrollará competencias en liderazgo y gestión, fundamentales para dirigir equipos eficaces en contextos competitivos.



“

TECH Universidad FUNDEPOS te brindará una metodología diferencial que favorecerá el desarrollo de competencias clave en un ámbito caracterizado por su constante evolución”

Módulo 1. Introducción al derecho y la gestión del deporte

- 1.1. El entorno deportivo
 - 1.1.1. Antecedentes históricos del derecho deportivo
- 1.2. Normativa deportiva estatal
 - 1.2.1. Licencia deportiva
 - 1.2.2. Régimen disciplinario deportivo. Especial referencia a la lucha contra el dopaje
- 1.3. Normativa deportiva autonómica
- 1.4. Normativa relacionada con las instalaciones deportivas
- 1.5. Introducción a la gestión deportiva y formas de gestión deportiva en España
- 1.6. Gestión y aspectos jurídicos derivados de la organización de eventos deportivos: responsabilidad civil y penal
- 1.7. Retransmisión de eventos deportivos. Aspectos jurídicos
- 1.8. Contratos deportivos: esquema de la estructura contractual deportiva
- 1.9. Intermediación deportiva
- 1.10. La gobernanza en las entidades deportivas

Módulo 2. Estructura organizativa del deporte nacional e internacional

- 2.1. Clubes deportivos y sociedades anónimas deportivas
- 2.2. Federaciones
- 2.3. Ligas
- 2.4. Consejo Superior de Deportes
- 2.5. Comité Olímpico y paraolímpico español
- 2.6. Organización Internacional del Deporte
- 2.7. El deporte en la Unión Europea
- 2.8. Otras organizaciones al margen de la pirámide federativa: ejemplos en baloncesto y pádel
- 2.9. Fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito nacional
- 2.10. Fórmulas de resolución de conflictos en el ámbito internacional

Módulo 3. Relaciones laborales en el deporte

- 3.1. Marco jurídico del deporte profesional
- 3.2. Deportistas profesionales
- 3.3. Entrenadores
- 3.4. Árbitros y jueces deportivos
- 3.5. El contrato de trabajo de los deportistas
- 3.6. Derechos y deberes
- 3.7. Convenios colectivos
- 3.8. Cesiones temporales y transferencias
- 3.9. Extinción del contrato
- 3.10. Seguridad social

Módulo 4. Planificación estratégica en las organizaciones Deportivas

- 4.1. Introducción a la planificación y análisis estratégico en el deporte profesional
- 4.2. Compra-venta de entidades deportivas
- 4.3. Gestión de clubes de fútbol
- 4.4. Estructura y planificación deportiva
- 4.5. Desarrollo de negocio y explotación de estadios
- 4.6. Desarrollo de marca y derechos comerciales
- 4.7. Derechos de tv
- 4.8. Internacionalización de las entidades deportivas
- 4.9. *Holding* empresarial y fondos de inversión
- 4.10. Modelos prácticos de negocio

Módulo 5. Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte

- 5.1. Introducción a las finanzas en el deporte
- 5.2. Interpretación de informes financieros
- 5.3. El PGC de las entidades deportivas. Estructura del balance
- 5.4. Los activos intangibles y su valoración
- 5.5. Estructura de la cuenta de resultados

- 5.6. Elaboración y control de presupuestos. Fuentes de ingresos y regulación
- 5.7. Mecanismos de inversión y financiación en el deporte. Sponsorización, mecenazgo y otras figuras
- 5.8. Valoración proyectos de inversión. Elaboración y posible estructura de un plan de viabilidad
- 5.9. Una aproximación a la planificación fiscal y patrimonial del deportista
- 5.10. Una aproximación a la fiscalidad de las entidades deportivas

Módulo 6. Jurisdicción deportiva

- 6.1. Introducción a la llamada jurisdicción deportiva
- 6.2. Fuentes de la jurisdicción deportiva en España
- 6.3. Órganos con jurisdicción deportiva en España
- 6.4. Procedimientos para el ejercicio de la jurisdicción deportiva en España
- 6.5. Medidas cautelares y recursos en la jurisdicción deportiva en España
- 6.6. La violencia en el deporte en España
- 6.7. La integridad en el deporte en España
- 6.8. La corrupción en el deporte en España
- 6.9. El dopaje en el deporte en España
- 6.10. Las lacras del deporte en el ámbito internacional: dopaje, amaños y apuestas

Módulo 7. Marketing y comunicación en deporte

- 7.1. Introducción al *marketing* deportivo
- 7.2. El plan de *marketing*
- 7.3. *Branding* y desarrollo de marca
- 7.4. Patrocinio deportivo
- 7.5. *Ambush marketing*
- 7.6. Comunicación en el deporte
- 7.7. Marketing digital y el deporte
- 7.8. Especialidad en deporte femenino
- 7.9. Marketing deportivo y otras áreas
- 7.10. Tendencias del *marketing* deportivo

Módulo 8. Organización de eventos deportivos

- 8.1. Introducción a eventos deportivos
- 8.2. Origen e historia de los eventos deportivos
- 8.3. Gestión de eventos deportivos
- 8.4. Planificación como factor de éxito
- 8.5. Plan general del evento deportivo
- 8.6. Formas de ingresos
- 8.7. Patrocinios
- 8.8. Comunicación
- 8.9. Turismo deportivo y promoción local
- 8.10. Casos de éxito de eventos deportivos

Módulo 9. Nuevas tendencias en el deporte: *Big Data & Sports*

- 9.1. Introducción al uso del *Big Data* en el deporte. Vínculos y escenarios actuales
- 9.2. Metodología del análisis de datos. Fases y estrategias
- 9.3. Proveedores y fuentes de datos abiertas
- 9.4. Proveedores y fuentes de datos de pago
- 9.5. Informes e infografía: importancia vital de la muestra
- 9.6. Herramientas de tratamiento de datos
- 9.7. Comunicación aplicada al *Big Data*. En busca de la excelencia del material y de su muestra
- 9.8. Introducción a los deportes electrónicos
- 9.9. Gestión de los *esports*
- 9.10. Aspectos legales y regulatorios de los deportes electrónicos

Módulo 10. Liderazgo y gestión de personas en el deporte

- 10.1. Estilos de liderazgo
- 10.2. Habilidades directivas
- 10.3. Emprendimiento
- 10.4. RR. HH y gestión del talento
- 10.5. Dirección de equipos
- 10.6. *Coaching* aplicado al deporte
- 10.7. Negociación

- 10.8. Resolución de conflictos
- 10.9. Habilidades comunicativas
- 10.10. Gestión de la presión

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- 11.1. Globalización y gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y gobierno corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del gobierno corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del consejo de administración en el marco del gobierno corporativo
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Aportaciones al conocimiento de culturas nacionales
 - 11.2.3. Gestión de la diversidad
- 11.3. Ética empresarial
 - 11.3.1. Ética y moral
 - 11.3.2. Ética Empresarial
 - 11.3.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.4. Sostenibilidad
 - 11.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.4.2. Agenda 2030
 - 11.4.3. Las empresas sostenibles
- 11.5. Responsabilidad social de la empresa
 - 11.5.1. Dimensión internacional de la responsabilidad social de las empresas
 - 11.5.2. Implementación de la responsabilidad social de la empresa
 - 11.5.3. Impacto y medición de la responsabilidad social de la empresa
- 11.6. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC



- 11.7. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.8.3. Derecho internacional del trabajo

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- 12.1. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.1.1. Análisis del potencial
 - 12.1.2. Política de retribución
 - 12.1.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.2. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.2.1. La gestión del rendimiento
 - 12.2.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.3. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.3.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 12.3.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.3.3. Fidelización y retención
 - 12.3.4. Proactividad e innovación
- 12.4. Motivación
 - 12.4.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.4.2. La teoría de las expectativas
 - 12.4.3. Teorías de las necesidades
 - 12.4.4. Motivación y compensación económica
- 12.5. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.5.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.5.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

- 12.6. Gestión del cambio
 - 12.6.1. Gestión del cambio
 - 12.6.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.6.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.7. Comunicación directiva
 - 12.7.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.7.2. Departamentos de comunicación
 - 12.7.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.8.1. La productividad
 - 12.8.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección económico - financiera

- 13.1. Entorno económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

- 13.4. Dirección financiera
 - 13.4.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.4.2. El departamento financiero
 - 13.4.3. Excedentes de tesorería
 - 13.4.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.4.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.5. Planificación financiera
 - 13.5.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.5.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.5.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.5.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 13.5.5. El cuadro de circulante

Módulo 14. Dirección comercial y marketing estratégico

- 14.1. Dirección comercial
 - 14.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
 - 14.1.2. Estrategia y planificación comercial
 - 14.1.3. El rol de los directores comerciales
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Concepto de Marketing
 - 14.2.2. Elementos básicos del marketing
 - 14.2.3. Actividades de marketing de la empresa
- 14.3. Gestión Estratégica del Marketing
 - 14.3.1. Concepto de Marketing estratégico
 - 14.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
 - 14.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- 14.4. Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
 - 14.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
 - 14.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
 - 14.4.4. Categorías del comercio electrónico
 - 14.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional
- 14.5. Marketing digital para reforzar la marca
 - 14.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. *Marketing digital* para captar y fidelizar clientes
 - 14.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hipersegmentación
- 14.7. Gestión de campañas digitales
 - 14.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
 - 14.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
 - 14.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.8. Estrategia de ventas
 - 14.8.1. Estrategia de ventas
 - 14.8.2. Métodos de ventas
- 14.9. Comunicación corporativa
 - 14.9.1. Concepto
 - 14.9.2. Importancia de la comunicación en la organización
 - 14.9.3. Tipo de la comunicación en la organización
 - 14.9.4. Funciones de la comunicación en la organización
 - 14.9.5. Elementos de la comunicación
 - 14.9.6. Problemas de la comunicación
 - 14.9.7. Escenarios de la comunicación
- 14.10. Comunicación y reputación digital
 - 14.10.1. Reputación online
 - 14.10.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
 - 14.10.3. Herramientas de reputación online
 - 14.10.4. Informe de reputación online
 - 14.10.5. *Branding* online

Módulo 15. *Management* Directivo

- 15.1. *General Management*
 - 15.1.1. Concepto de *General Management*
 - 15.1.2. La acción del *Manager* General
 - 15.1.3. El Director General y sus funciones
 - 15.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 15.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 15.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 15.3. Dirección de operaciones
 - 15.3.1. Importancia de la dirección
 - 15.3.2. La cadena de valor
 - 15.3.3. Gestión de calidad
- 15.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 15.4.1. Comunicación interpersonal
 - 15.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 15.4.3. Barreras en la comunicación
- 15.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 15.5.1. La comunicación interpersonal
 - 15.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 15.5.3. La comunicación en la organización
 - 15.5.4. Herramientas en la organización
- 15.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 15.6.1. Crisis
 - 15.6.2. Fases de la crisis
 - 15.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 15.7. Preparación de un plan de crisis
 - 15.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 15.7.2. Planificación
 - 15.7.3. Adecuación del personal
- 15.8. Inteligencia emocional
 - 15.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 15.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 15.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 15.9. *Branding* personal
 - 15.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 15.9.2. Leyes del *branding* personal
 - 15.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 15.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 15.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 15.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 15.10.3. Gestión de procesos de cambio
 - 15.10.4. Gestión de equipos multiculturales



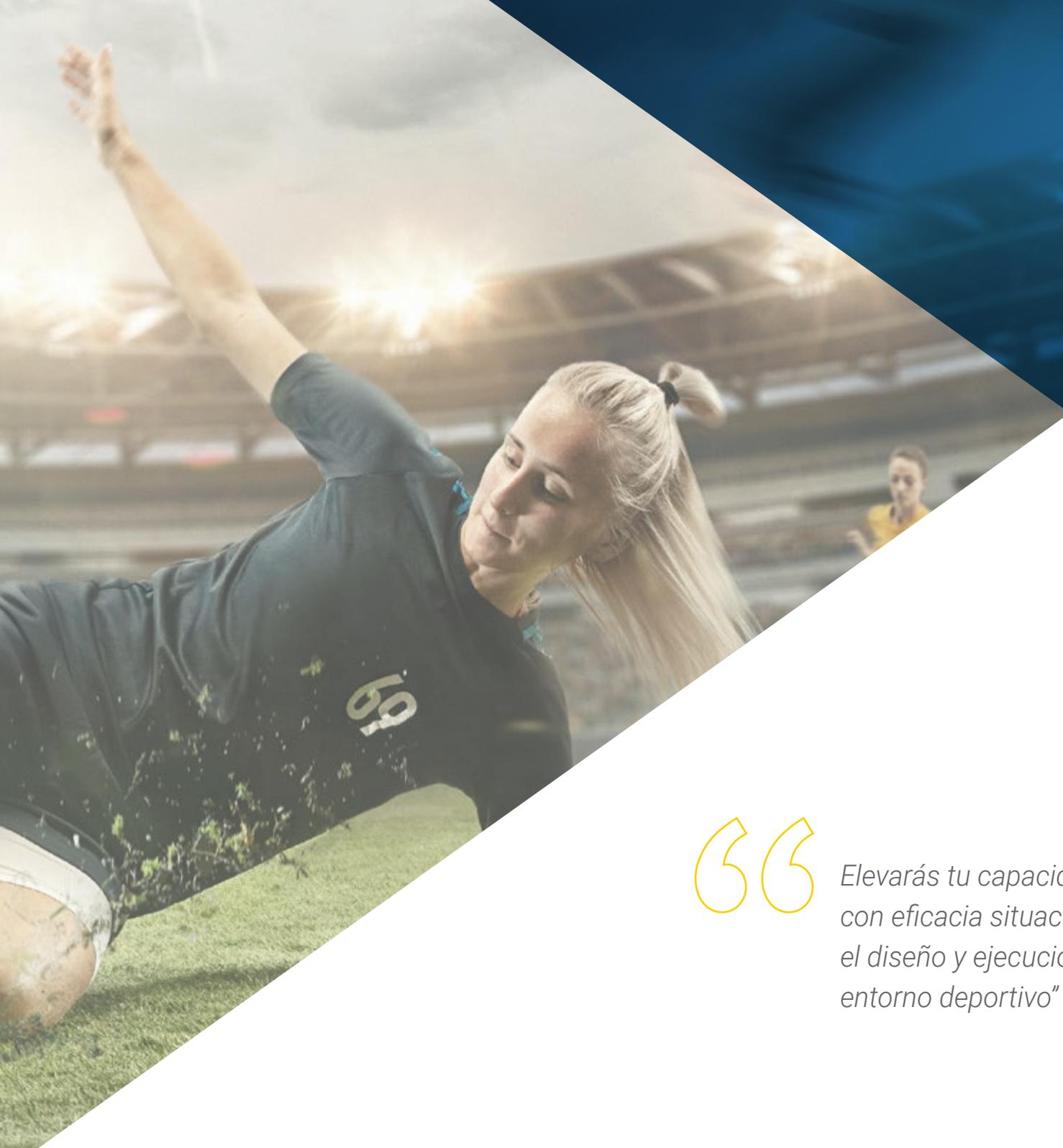
Las competencias que desarrollarás a lo largo del programa universitario serán la clave de tu futuro éxito laboral como líder en entornos deportivos”

04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH Universidad FUNDEPOS tiene como finalidad desarrollar en el alumnado competencias, habilidades y conocimientos orientados a la gestión eficiente de entidades deportivas. Mediante una perspectiva multidisciplinar, se impulsará el dominio de procesos vinculados a la planificación estratégica, la evaluación del entorno institucional y la toma de decisiones basada en evidencia. Asimismo, promoverá el uso de herramientas tecnológicas aplicadas al ámbito deportivo, junto con una comprensión profunda del marco jurídico que regula estas organizaciones. Como resultado, los profesionales potenciarán una actuación directiva sólida, capaz de responder a las exigencias operativas, organizacionales y competitivas del sector deportivo actual.





“

Elevarás tu capacidad directiva para enfrentar con eficacia situaciones imprevistas mediante el diseño y ejecución de planes de crisis en el entorno deportivo”



Objetivo general

- Este Máster Semipresencial tiene como propósito fortalecer la capacidad directiva aplicada al entorno deportivo, mediante el desarrollo de herramientas estratégicas, criterios de gestión y enfoques innovadores en la conducción de organizaciones del sector. A través de una perspectiva actualizada, los profesionales desarrollarán habilidades de liderazgo ético, aplicarán principios de responsabilidad social corporativa y tomarán decisiones fundamentadas en escenarios complejos. Asimismo, adquirirán la capacidad de diseñar planes de crisis eficaces ante situaciones imprevistas. Finalmente, el alumnado adquirirá un perfil profesional de alto nivel, capacitado para ser un diferencial en el sector



Incorporarás a tu práctica diaria las últimas estrategias para gestionar eficazmente la diversidad en equipos deportivos y organizaciones del ámbito deportivo”





Objetivos específicos

Módulo 1. Introducción al derecho y la gestión del deporte

- ♦ Examinar los antecedentes históricos del derecho deportivo para comprender su evolución y aplicación en la actualidad
- ♦ Interpretar la normativa deportiva estatal y autonómica, incluyendo el régimen disciplinario y la lucha contra el dopaje, para garantizar su correcta implementación
- ♦ Analizar los aspectos jurídicos relacionados con la organización y retransmisión de eventos deportivos, considerando la responsabilidad civil y penal
- ♦ Identificar las estructuras contractuales y los procesos de intermediación deportiva para optimizar la gestión y gobernanza en entidades deportivas

Módulo 2. Estructura organizativa del deporte nacional e internacional

- ♦ Identificar la estructura y funciones de clubes deportivos, sociedades anónimas deportivas, federaciones y ligas en el ámbito nacional e internacional
- ♦ Examinar el papel del Consejo Superior de Deportes, el Comité Olímpico y Paralímpico Español y otras organizaciones en la regulación del deporte
- ♦ Analizar la influencia de la Unión Europea en la legislación deportiva y su impacto en la gestión de entidades y competiciones
- ♦ Evaluar los mecanismos de resolución de conflictos en el deporte, tanto a nivel nacional como internacional, para garantizar una gestión eficaz

Módulo 3. Relaciones laborales en el deporte

- ♦ Identificar el marco jurídico que regula las relaciones laborales en el deporte profesional
- ♦ Diferenciar los contratos, derechos y convenios colectivos aplicables en este ámbito

Módulo 4. Planificación estratégica en las organizaciones Deportivas

- ♦ Examinar los principios fundamentales de la planificación y el análisis estratégico en el deporte profesional
- ♦ Evaluar los procesos de compra - venta de entidades deportivas y su impacto en el sector
- ♦ Analizar el desarrollo de negocio y la explotación de estadios como fuentes de ingresos
- ♦ Comprender la internacionalización de las entidades deportivas y su relación con los fondos de inversión

Módulo 5. Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte

- ♦ Identificar los principales aspectos financieros en la gestión de entidades deportivas
- ♦ Interpretar informes financieros y balances contables aplicados al sector deportivo
- ♦ Examinar los mecanismos de inversión y financiación, incluyendo patrocinio y mecenazgo
- ♦ Analizar la planificación fiscal y patrimonial en el ámbito deportivo

Módulo 6. Jurisdicción deportiva

- ♦ Examinar las fuentes y órganos de la jurisdicción deportiva en España
- ♦ Evaluar los procedimientos y recursos aplicables en la resolución de conflictos deportivos
- ♦ Analizar el impacto de la violencia, la corrupción y el dopaje en el deporte
- ♦ Identificar los principales desafíos jurídicos en el ámbito deportivo a nivel internacional

Módulo 7. Marketing y comunicación en deporte

- ♦ Diseñar planes de marketing deportivo centrados en el desarrollo de marca y patrocinio, adaptados a las demandas del sector
- ♦ Ahondar en las tendencias emergentes del marketing digital en el deporte, enfocándose en la comunicación y promoción efectivas

Módulo 8. Organización de eventos deportivos

- ♦ Planificar eventos deportivos de manera estratégica, considerando los aspectos clave como ingresos, patrocinios y promoción local
- ♦ Gestionar la comunicación efectiva y el turismo deportivo, garantizando el éxito del evento y su impacto en la comunidad

Módulo 9. Nuevas tendencias en el deporte: *Big Data & Sports*

- ♦ Aplicar el análisis de *Big Data* para mejorar el rendimiento y la toma de decisiones estratégicas en el deporte
- ♦ Gestionar eficazmente las fuentes de datos abiertas y de pago para optimizar la recopilación de información deportiva
- ♦ Utilizar herramientas de tratamiento de datos e infografía para crear informes precisos que respalden las estrategias deportivas
- ♦ Comprender los aspectos legales y regulatorios de los deportes electrónicos, garantizando su correcta gestión en el ámbito deportivo

Módulo 10. Liderazgo y gestión de personas en el deporte

- ♦ Desarrollar habilidades directivas y de liderazgo para gestionar eficazmente equipos deportivos y fomentar el talento dentro de las organizaciones
- ♦ Aplicar técnicas de negociación, resolución de conflictos y *coaching* en el ámbito deportivo para mejorar el rendimiento y la cohesión de los equipos

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- ♦ Desarrollar una comprensión integral de la gobernanza corporativa y su impacto en la gestión empresarial
- ♦ Aplicar el concepto de *Cross Cultural Management* para gestionar eficazmente la diversidad en equipos deportivos y organizaciones
- ♦ Promover prácticas éticas y responsables dentro de las organizaciones, integrando valores de sostenibilidad y responsabilidad social
- ♦ Implantar estrategias de responsabilidad social corporativa, evaluando su impacto en el entorno empresarial y social
- ♦ Incorporar herramientas de gestión responsable, alineadas con los estándares internacionales de sostenibilidad y ética empresarial
- ♦ Evaluar el impacto de las multinacionales en los derechos humanos, gestionando sus actividades bajo el marco legal internacional

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Desarrollar políticas de retribución y planes de carrera para mejorar el potencial de los recursos humanos en el deporte
- ♦ Implementar modelos de gestión del talento estratégico, centrados en la identificación, formación y retención de personas clave
- ♦ Fomentar equipos de alto desempeño, utilizando metodologías de gestión autogestionadas para mejorar los resultados en el deporte
- ♦ Aplicar estrategias de comunicación directiva, optimizando la interacción interna y externa para fortalecer la cultura organizacional en entidades deportivas

Módulo 13. Dirección económico - financiera

- ♦ Diseñar estrategias de planificación financiera que incluyan la gestión de tesorería, la optimización del *cash flow* y el control del circulante
- ♦ Aplicar herramientas de *Business Intelligence* y sistemas de información para mejorar la toma de decisiones económicas en el ámbito deportivo
- ♦ Evaluar los riesgos financieros asociados a la dirección financiera, incluyendo la gestión de excedentes y la financiación estratégica
- ♦ Analizar la estructura del balance de una empresa y su cuenta de resultados para optimizar la rentabilidad y la sostenibilidad económica

Módulo 14. Dirección comercial y marketing estratégico

- ♦ Definir estrategias comerciales alineadas con los objetivos empresariales
- ♦ Aplicar planes de *marketing* estratégico para un mejor posicionamiento
- ♦ Gestionar campañas digitales optimizando su impacto
- ♦ Fortalecer la reputación online mediante herramientas especializadas

Módulo 15. Management Directivo

- ♦ Liderar con una visión estratégica para transformar la dirección empresarial
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación para influir y gestionar crisis
- ♦ Aplicar inteligencia emocional para fortalecer la cultura organizacional
- ♦ Construir una marca personal sólida que potencie el liderazgo directivo

05 Prácticas

Tras completar la fase online, el itinerario continuará con una estancia práctica en una entidad deportiva de referencia, donde se afianzarán los conocimientos adquiridos en un entorno profesional real. Durante este periodo, cada profesional contará con la guía de un tutor especializado, quien orientará el proceso de aplicación práctica y favorecerá el desarrollo de competencias clave en la Dirección de Entidades Deportivas.



“

Accederás a una propuesta con metodología y enfoque práctico, basada en conocimientos transmitidos por expertos del sector”

El período de capacitación práctica de este programa universitario en Dirección de Entidades Deportivas contempla una estancia intensiva de 3 semanas en una organización deportiva de prestigio, con jornadas de lunes a viernes de 8 horas consecutivas, bajo la supervisión de un especialista adjunto. Esta experiencia permitirá a los profesionales desenvolverse en un entorno real de gestión, colaborando con equipos consolidados y aplicando conocimientos adquiridos en situaciones concretas del ámbito deportivo.

Esta propuesta, de carácter completamente práctico, está orientada al desarrollo y perfeccionamiento de competencias vinculadas a la Dirección de Entidades Deportivas, las cuales exigen un alto nivel de cualificación. Asimismo, las prácticas estarán diseñadas para fortalecer habilidades específicas que pueden ser aplicadas con eficiencia a un sector en constante evolución.

Así, esta titulación universitaria se configura como una oportunidad valiosa para que los profesionales profundicen en un entorno profesional real y tecnológicamente equipado. Además, tendrán la posibilidad de integrar procedimientos estratégicos, organizativos y de liderazgo en escenarios deportivos actuales, lo que permitirá perfeccionar su desempeño en contextos dinámicos y exigentes.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis de la Dirección de Entidades Deportivas (aprender a ser y aprender a relacionarse).





Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:

Módulo	Actividad Práctica
Análisis comparativo de los sistemas de organización deportiva a escala nacional e internacional	Identificar las estructuras deportivas nacionales: clubes, sociedades anónimas deportivas, federaciones, ligas y organismos oficiales
	Analizar modelos internacionales de organización deportiva: estructuras globales, Unión Europea y entidades no federativas
	Explorar casos alternativos en deportes como baloncesto y pádel
	Comparar mecanismos de resolución de conflictos a nivel nacional e internacional
Diseño de estrategias aplicadas a organizaciones deportivas	Elaborar planes estratégicos aplicados al deporte profesional, considerando estructura, análisis y objetivos organizativos
	Evaluar los procesos de compra - venta y gestión de entidades deportivas, con especial atención al fútbol
	Analizar modelos de negocio: explotación de estadios, derechos comerciales, televisión e internacionalización
	Ahondar en las estructuras empresariales como holdings y fondos de inversión aplicados al ámbito deportivo
Estudio aplicado de la jurisdicción deportiva	Reconocer el marco jurídico que regula la actividad deportiva, incluyendo sus fuentes, órganos competentes y procedimientos aplicables
	Identificar las medidas cautelares, recursos y mecanismos de protección en los procesos de jurisdicción deportiva
	Explorar las problemáticas como la violencia, la corrupción, el dopaje y la pérdida de integridad en el ámbito deportivo
	Examinar las amenazas globales al deporte, como el amaño de competiciones, las apuestas ilegales y el dopaje sistemático
Implementación de estrategias de marketing y comunicación en el deporte	Desarrollar planes de <i>marketing</i> aplicados al entorno deportivo, incluyendo estrategias de marca y patrocinio
	Aplicar herramientas de comunicación en el deporte, con énfasis en medios digitales y campañas efectivas
	Explorar de enfoques específicos como el <i>ambush marketing</i> y el <i>marketing</i> en el deporte femenino
	Identificar de tendencias actuales y su integración con otras áreas vinculadas al <i>marketing</i> deportivo

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de la universidad es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, la universidad se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

- 1. TUTORÍA:** durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.
- 2. DURACIÓN:** el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.
- 3. INASISTENCIA:** en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/ médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

06

Centros de prácticas

TECH Universidad FUNDEPOS ofrece una experiencia práctica de alto nivel, en la que el alumnado podrá aplicar los conocimientos adquiridos en centros deportivos de prestigio, seleccionados por su excelencia y relevancia en el sector. Esta fase práctica se podrá desarrollar en distintas instituciones distribuidas a lo largo del territorio nacional, lo que garantiza una vivencia enriquecedora y adaptada a diversos contextos organizativos. De este modo, TECH Universidad FUNDEPOS asegura una preparación sólida y contextualizada en Dirección de Entidades Deportivas, fortaleciendo las competencias necesarias para desenvolverse con eficacia en escenarios reales y altamente competitivos del ámbito deportivo.



“

Solo TECH Universidad FUNDEPOS te ofrece un espacio exclusivo para desarrollar tu crecimiento profesional y poner en práctica tus conocimientos en una entidad que se adapte a tus expectativas”



El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Ciencias del deporte

Fightland A Coruña

País	Ciudad
España	La Coruña

Dirección: Rúa Ramón y Cajal, 7, 15006 A Coruña

Club de boxeo fundado por José Luis Serrano, exboxeador profesional

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Alto Rendimiento Deportivo
- Monitor de Gimnasio





Ciencias del deporte

Fightland Chamberí

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: C/ del Gral. Álvarez de Castro, 20, Chamberí, 28010 Madrid

Club de boxeo fundado por José Luis Serrano, exboxeador profesional

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Alto Rendimiento Deportivo
- Monitor de Gimnasio



Ciencias del deporte

Fightland Azca

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: C. de Edgar Neville, 15, Tetuán, 28020 Madrid

Club de boxeo fundado por José Luis Serrano, exboxeador profesional

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Alto Rendimiento Deportivo
- Monitor de Gimnasio



Ciencias del deporte

Fightland Las Rozas

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: C. Adolfo Pérez Esquivel, 3, Local 2, 28232 Las Rozas de Madrid, Madrid

Club de boxeo fundado por José Luis Serrano, exboxeador profesional

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Alto Rendimiento Deportivo
- Monitor de Gimnasio

07

Salidas profesionales

Gracias a la solidez de este programa universitario, se abren múltiples oportunidades profesionales para el alumnado en el ámbito deportivo. Ya sea en la gestión de clubes, la planificación estratégica de entidades, o la coordinación de eventos de gran escala, quienes completen este itinerario estarán preparados para asumir funciones de alta responsabilidad. Además, el enfoque práctico y actualizado impulsará el desarrollo de perfiles capaces de liderar proyectos, optimizar recursos y tomar decisiones clave en contextos dinámicos. Por lo tanto, este recorrido representa una vía directa hacia diversos roles en un sector en constante evolución y con alta demanda de profesionales especializados.



“

Impulsarás la proyección y el crecimiento de organizaciones deportivas mediante estrategias de gestión integral, liderazgo efectivo y planificación orientada a resultados sostenibles”

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria destacará por su capacidad para diseñar modelos de gestión adaptados a distintos contextos deportivos, con una visión orientada a la innovación y la sostenibilidad. A su vez, estará preparado para coordinar equipos multidisciplinarios, implementar procesos de mejora continua y fortalecer la identidad institucional de cada entidad. Además, integrará conocimientos sobre internacionalización, derechos comerciales y aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio en el sector. Gracias a su enfoque estratégico, sabrá anticiparse a escenarios complejos, gestionar recursos con eficiencia y aportar soluciones concretas que impulsen el desarrollo competitivo de las organizaciones deportivas en las que intervenga.

Impulsarás tu carrera en Dirección de Entidades Deportivas, aplicando estrategias avanzadas para optimizar el funcionamiento de entidades y mejorar su posicionamiento en el entorno competitivo actual.

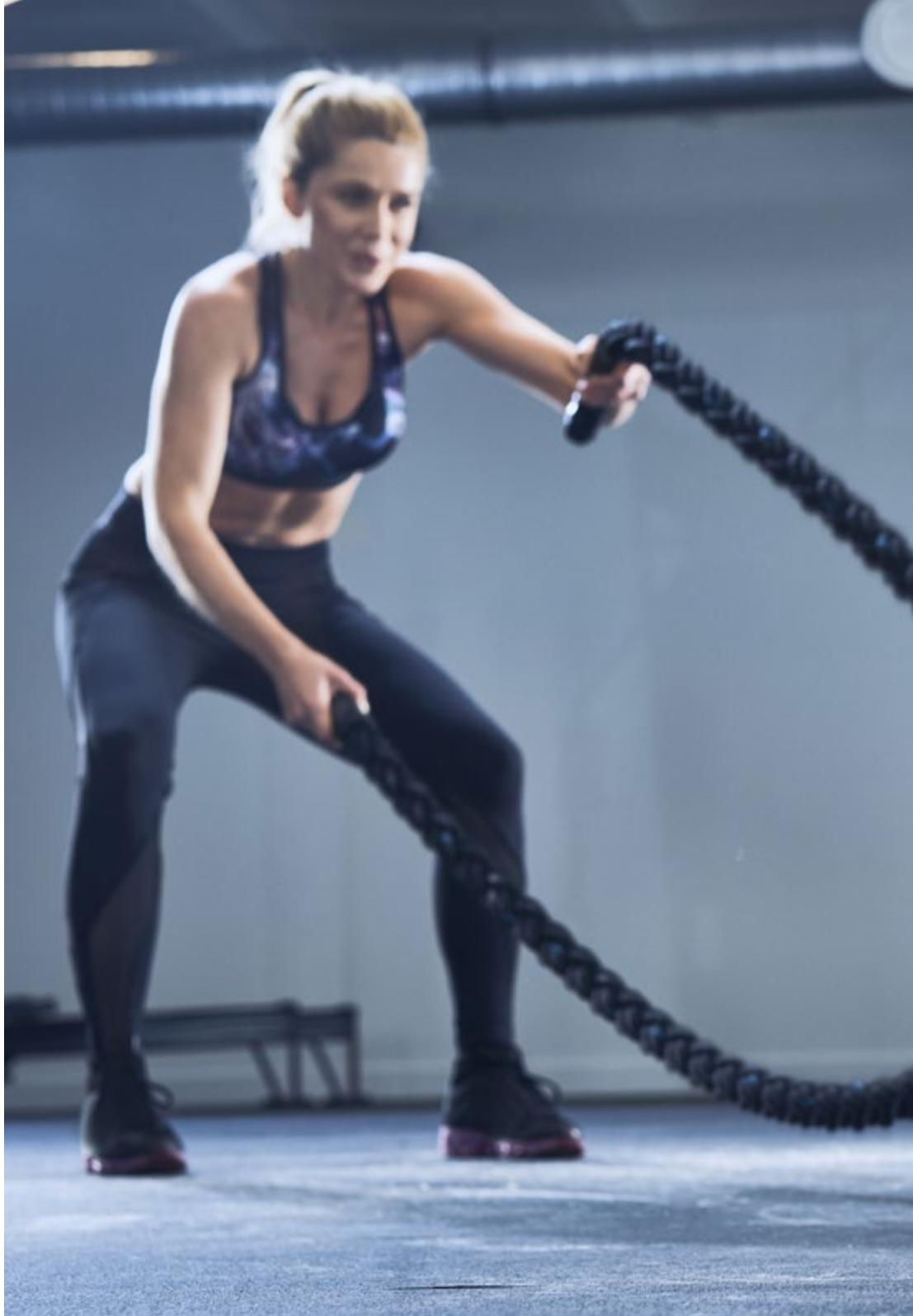
- ♦ **Pensamiento estratégico:** proyectar, planificar y tomar decisiones alineadas con los objetivos organizativos a corto, medio y largo plazo
- ♦ **Adaptabilidad al cambio:** responder con eficacia a contextos variables, crisis institucionales o transformaciones del entorno deportivo
- ♦ **Comunicación efectiva:** transmitir ideas con claridad, liderar equipos y negociar con distintos actores del ámbito deportivo
- ♦ **Gestión del tiempo y organización:** coordinar múltiples tareas, optimizar recursos y garantizar el cumplimiento de metas en plazos establecidos



Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Director Deportivo:** responsable de la planificación, coordinación y supervisión de todas las actividades deportivas de una organización. Toma decisiones sobre fichajes, entrenadores y estructuras técnicas.
Responsabilidad: Planificar, coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas con el área deportiva de una organización, asegurando el cumplimiento de los objetivos técnicos y estratégicos.
- 2. Gerente de Club Deportivo:** encargado de la administración general de un club, gestionando recursos financieros, humanos y logísticos para garantizar su funcionamiento eficiente y sostenible.
Responsabilidad: Supervisar la gestión integral del club, abarcando tanto los aspectos administrativos como operativos y deportivos.
- 3. Responsable de Marketing Deportivo:** dedicado a diseñar y ejecutar estrategias de promoción, comunicación y patrocinio para posicionar la marca del club o entidad en el mercado deportivo.
Responsabilidad: Diseñar, ejecutar y supervisar estrategias de marketing orientadas al posicionamiento de la entidad deportiva, al fortalecimiento de su imagen y a la captación de audiencias y patrocinadores.
- 4. Gestor de Eventos Deportivos:** encargado de planificar competiciones, torneos o actividades institucionales, velando por su correcta ejecución y el cumplimiento de los objetivos establecidos.
Responsabilidad: Planificar, coordinar y ejecutar eventos deportivos de diversa escala, asegurando su correcta organización desde la fase inicial hasta su cierre.

5. **Consultor en Gestión Deportiva:** dedicado a prestar asesoría externa a organizaciones o instituciones deportivas para mejorar procesos, definir estrategias y optimizar su rendimiento operativo.
Responsabilidad: Asesorar a organizaciones, clubes o instituciones del ámbito deportivo en la optimización de sus procesos administrativos, estratégicos y operativos.
6. **Director de Operaciones en Entidades Deportivas:** supervisor de las actividades diarias de una entidad, asegurando la eficiencia en las áreas operativas, de infraestructura y servicios al usuario.
Responsabilidad: Supervisar y coordinar las actividades operativas de la entidad, asegurando el funcionamiento eficiente de las áreas logísticas, técnicas y administrativas.
7. **Responsable de Internacionalización Deportiva:** encargado de desarrollar e implementar estrategias para expandir la presencia de la organización en mercados internacionales, gestionando alianzas y oportunidades globales.
Responsabilidad: Diseñar e implementar estrategias para expandir la presencia y proyección de una entidad deportiva en el ámbito internacional.
8. **Coordinador de Desarrollo Institucional Deportivo:** responsable de impulsar proyectos de crecimiento y modernización dentro de una organización deportiva, fomentando la innovación y la captación de nuevas fuentes de ingreso.
Responsabilidad: Impulsar iniciativas orientadas al fortalecimiento y crecimiento estructural de la entidad deportiva, mediante la implementación de proyectos estratégicos, programas de mejora y acciones de innovación.





“

Un tutor especializado en el área te acompañará el proceso de prácticas, orientando el fortalecimiento de los conocimientos adquiridos”

08

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



09

Cuadro docente

El equipo docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio con una sólida trayectoria en el ámbito de la gestión deportiva. Gracias a su experiencia, han diseñado este Máster Semipresencial integrando las actualizaciones más relevantes en Dirección de Entidades Deportivas, con una visión especializada y alineada con las demandas del sector. Mediante un enfoque práctico e innovador, proporcionarán herramientas esenciales para afrontar desafíos reales y fortalecer las capacidades estratégicas de quienes se desempeñan en este entorno. Esta propuesta representa una oportunidad para los profesionales para consolidar habilidades directivas en un campo en constante evolución.



“

Expertos en el sector deportivo, te guiarán y te ayudarán a fortalecer tus habilidades de liderazgo, esenciales para este campo en constante evolución”

Director Invitado Internacional

Brad Burlingame es un destacado profesional con una carrera consolidada en el ámbito del **deporte**, donde ha dejado una marca significativa a nivel internacional. Con más de 15 años de experiencia en la **gestión de asociaciones corporativas**, ha demostrado ser un líder excepcional en la **generación de ingresos** a través de estrategias innovadoras y la creación de **alianzas estratégicas**.

De este modo, se ha desempeñado como **Director de Ventas de Patrocinios** en el **Dallas Cowboys Football Club**, una de las organizaciones deportivas más prestigiosas del mundo. Aquí, durante su trayectoria, ha liderado equipos dedicados a superar los **objetivos financieros**, estableciendo al club como líder indiscutible en **ingresos por patrocinadores** en la **National Football League (NFL)**. De hecho, su habilidad para aprovechar al máximo los derechos de **propiedad intelectual**, la amplia red de **televisión y radio** del equipo, así como las **plataformas digitales y sociales**, ha sido fundamental para mantener la posición de vanguardia del club en el mercado.

Asimismo, ha sido **Gerente de Alianzas Corporativas** en el **equipo de baloncesto Miami Heat**, así como **Gerente de Ventas** en **Palace Sports & Entertainment**, acumulando una amplia experiencia en la industria del **deporte profesional**. En este sentido, su capacidad para desarrollar ideas innovadoras que impulsen el **negocio de los patrocinadores**, así como su enfoque en el **liderazgo de equipos** orientados a resultados, lo han posicionado como una figura clave en el ámbito de las **ventas deportivas** a nivel global.



D. Burlingame, Brad

- Director de Ventas en el Dallas Cowboys Football Club, Texas, Estados Unidos
- Gerente de Alianzas Corporativas en Miami Heat, Florida
- Gerente de Ventas en Palace Sports & Entertainment, Michigan
- Licenciado en Marketing y Negocios por la Universidad de Eastern Michigan

“

*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo”*

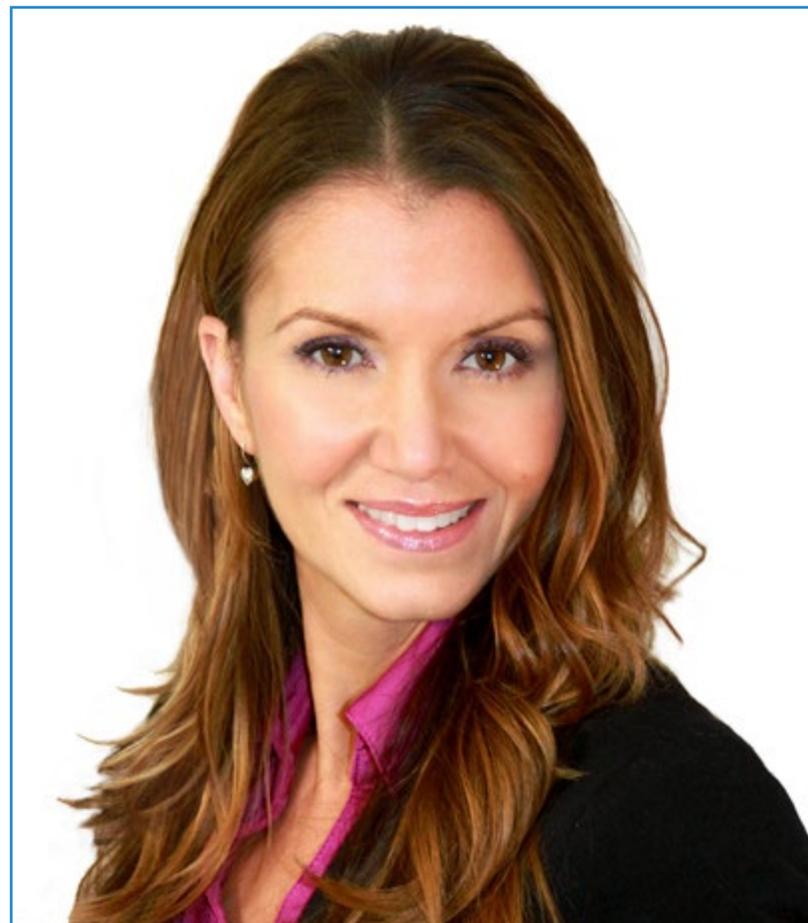
Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento** en **Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- ♦ Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal Media, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Responsable de Selección de Personal Comcast
- ♦ Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- ♦ Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en BNC
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en Vault
- ♦ Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global”

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En Microsoft ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: **satisfacer** las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una “**descarbonización rentable**” y **revisar** un panorama fragmentado de **datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD

“

¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un **experimentado profesional** en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing, análisis de medios, medición y atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton, Airbus y Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes y trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”

Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **sintetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión por los productos**.

Como **Director Global de Marca y Merchandising** en **Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de Marketing** para ropas y accesorios. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minorista** y las **necesidades y el comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein** o el **Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura, el desarrollo y la comercialización de diferentes colecciones**. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces** para las **campañas de compra y venta**. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos de la Moda y el Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo de diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?”

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al **análisis de Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing** y **Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para **insights** de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios **Másteres** y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- ♦ Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- ♦ Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- ♦ Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- ♦ Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- ♦ Analista Jefe en Nordea
- ♦ Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- ♦ Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- ♦ MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- ♦ Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague



¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna Yammer**. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- ♦ Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- ♦ Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- ♦ Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica

“

Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”

Dirección



Dña. Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Asesora del Departamento de Fútbol Profesional de la FIFA
- ♦ Patrona de la Fundación para la Diversidad
- ♦ Abogada de Derecho Deportivo y Socia Fundadora en Bellver Sports–Legal Boutique
- ♦ Fundadora y Presidenta de la plataforma Leadership Woman Football
- ♦ Socia Fundadora y Presidenta de la Asociación de Derecho Deportivo de Madrid
- ♦ Coordinadora de la Asociación Internacional WISLaw–Women in Sports Law. España
- ♦ Vocal y Socia Fundadora de la Asociación Española para la Calidad Ética en el Deporte
- ♦ Máster en International Relations por la Universidad CEU San Pablo. Madrid
- ♦ Máster en Fiscalidad Empresarial por ICADE
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida
- ♦ Licenciada en Derecho con Especialidad en la Unión Europea por la Universidad CEU San Pablo. Madrid
- ♦ Premio Miki Roqué Paz a través del Deporte por su labor asociativa, formación y de mejora del Sector Deportivo, especialmente en cuestiones de género y defensa de la mujer en el deporte
- ♦ Certificada por la FIFA a través de su Programa sobre Liderazgo Femenino en el Fútbol (FIFA Female Leadership Development Programme)
- ♦ Incluida en el prestigioso listado internacional Who's Who Legal (WWL: Sports & Entertainment), como una de las Abogadas de referencia en el Sector del Derecho Deportivo

Profesores

Dr. Rubio Sánchez, Francisco

- ♦ Director Académico del Programa Internacional de Gestión Deportiva del CIES de la FIFA en España
- ♦ Presidente del Comité de Competición de la Real Federación Española de Fútbol
- ♦ Mediador de la FIFA y del TAS/CAS
- ♦ Cofundador, Responsable de Formación y Mediador del Instituto Español de Mediación Deportiva y Pacificación
- ♦ Arbitro del Comité de Expertos en Industria del Deporte y el Entretenimiento de la Asociación Europea de Arbitraje
- ♦ Consultor en Vessel Legal
- ♦ Abogado y Magistrado en la Audiencia Provincial de Badajoz
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Extremadura
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Extremadura
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida
- ♦ Miembro de: AEDD, ADDExtremadura y AGEDEX

D. González Graña, Carlos

- ♦ Jurista Especializado en Derecho Deportivo
- ♦ Socio y CEO de BHI Negocios e Inversiones
- ♦ Director de BHI Sport & Investment SUMMIT
- ♦ Fundador y CEO de Callander Sport & Business
- ♦ Director Comercial del área deportiva en *Riskmedia Insurance Brokers*
- ♦ Asesor jurídico en Sport Internacional S.L.
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de La Coruña

Dña. Díaz Marí, Montserrat

- ♦ Abogada en Asesoría jurídico-deportiva DíazMarí
- ♦ Vicesecretaria de la Asociación Española de Derecho Deportivo (AEDD)
- ♦ Vocal de la Asociación Alumni del Máster Oficial en Derecho Deportivo (SLA)
- ♦ Abogada en Samsung Electronics Iberia
- ♦ Colaboradora del Comité Olímpico Español
- ♦ Entrenadora de baloncesto de nivel 2 en la FBPA
- ♦ Grado en Derecho por la Universidad de Ovied
- ♦ Máster en Mercados e Industria del Derecho del Deporte y del Entretenimiento por ISDE - Madrid
- ♦ Máster Oficial en Derecho Deportivo por INEFC-Lérida
- ♦ Máster Acceso a la Abogacía y Derecho de los Negocios por la Universidad San Pablo CEU – Madrid
- ♦ Título propio en Derecho Deportivo por la Universidad San Pablo CEU – Madrid

D. Barras García, Pedro J.

- ♦ Especialista en Derecho Deportivo
- ♦ Asesor Fiscal Senior en Consultores Sayma Madrid
- ♦ Coordinador de Campañas de Promoción de Ajedrez con el Patronato Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Valladolid
- ♦ Monitor Nacional FEDA de Ajedrez y Monitor Autonómico de Fútbol Sala
- ♦ Autor de diversas publicaciones especializadas en tributación y contabilidad
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valladolid
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida

Dr. Valiño Arcos, Alejandro

- ♦ Experto en Derecho Deportivo
- ♦ Catedrático en la Facultad de Derecho de la Universidad de Valencia
- ♦ Presidente del Tribunal del Deporte de la Comunidad Valenciana
- ♦ Presidente del Comité de Competición de la Federación de Tenis de la Comunidad Valenciana
- ♦ Director Deportivo del Sporting Club de Tenis
- ♦ Magistrado Suplente de la Audiencia Provincial de Valencia con más de un centenar de Resoluciones como Ponente
- ♦ Doctor en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Autor de libros, artículos y recensiones en materia jurídica sobre Derecho romano, Historia Antigua, Historia y actualidad del Derecho foral valenciano, Derecho civil español, Derecho Deportivo, Derecho comparado y Derecho privado europeo

Dña. Esperidião Hasenclever, Mônica

- ♦ Especialista en Marketing y Gestión Deportiva
- ♦ Key Account & Women's Football Manager en World Football Summit
- ♦ Chief Marketing Officer y Directora de la LWF Academy
- ♦ Cofundadora y CEO en Women Experience Sports
- ♦ Directora Ejecutiva en LVN Sport
- ♦ Jefa de Marketing Deportivo y Patrocinios en Telefónica Vivo
- ♦ Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Presbiteriana Mackenzie
- ♦ Máster en Marketing Deportivo por la Escuela Universitaria Real Madrid de la Universidad Europea
- ♦ Postgrado en Gestión Deportiva por la Universidad Anhembi Morumbi



D. Novo San Miguel, Andrés

- ◆ Especialista en la Gestión de Eventos Deportivos
- ◆ Responsable de Marketing Institucional y Eventos en Diario AS
- ◆ Responsable de Estrategia y Desarrollo de Producto en RPM Sports
- ◆ Responsable de Producción de Eventos en Innevento Sports
- ◆ Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco
- ◆ Diplomado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad del País Vasco

Dña. Carmona Ramos, Sara

- ◆ Redactora Jefa de Datos en Relevo
- ◆ Presentadora de la sección de Análisis y Big Data del programa “El Día Después” en Movistar Plus
- ◆ Directora Académica en la Universidad Católica San Antonio de Murcia
- ◆ Cobertura deportiva de encuentros de La Liga para el grupo Atresmedia
- ◆ Presentadora de la sección en directo de Estadística Deportiva y Big Data en “Deportes Valladolid” en Castilla y León TV
- ◆ Graduada en Periodismo en la Universidad de Valladolid
- ◆ Experta en Análisis Deportivos de Datos y Big Data por la Universidad de Valladolid

Dña. Pascual, Mónica

- ◆ Directora General de *Making Talent Happen* para programas de Alto Rendimiento
- ◆ Asesora en Swissport Handling Madrid UTE
- ◆ Directora de Proyectos en Inpropack
- ◆ Columnista del blog Mentalidad Imparable en Diario AS
- ◆ Columnista deportiva en El País, RTVE, La Liga Sports TV, Men's Health, Palco 23, La Razón, entre otros
- ◆ Máster en Derecho internacional de Patentes en la Escuela de Organización industrial
- ◆ Experta Universitaria en Mediación por el Instituto Superior de Derecho y Economía



Profundiza en la teoría de mayor relevancia en este campo, aplicándola posteriormente en un entorno laboral real”

10 Titulación

El Máster Semipresencial MBA en Dirección de Entidades Deportivas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Semipresencial, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

El programa del **Máster Semipresencial MBA en Dirección de Entidades Deportivas** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

TECH, es miembro de la distinguida organización profesional **The Chartered Association of Sport and Exercise Sciences (CASES)**. Este vínculo reafirma su compromiso con la excelencia en la gestión y capacitación especializada en el ámbito deportivo.

Aval/Membresía



Título: **Máster Semipresencial MBA en Dirección de Entidades Deportivas**

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 + 4 ECTS**



*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Global University recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Máster Semipresencial

MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS

Créditos: 60 + 4 ECTS

Máster Semipresencial

MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Aval/Membresía

