

Plan de Estudio

Maestría en Dirección y Gestión Deportiva



Programas de Maestría

1. Maestría en Dirección y Gestión Deportiva (+) (*) (**)

La Maestría en Dirección y Gestión Deportiva se desarrolla a través del siguiente plan de estudios

Cod.	Asignatura	HT	HP	CR
101-MDGd	El Deporte como Sector Económico	80	0	5
102-MDGd	Dirección Estratégica de Entidades Deportivas	80	0	5
103-MDGd	Diseño y Gestión de Productos y Servicios Deportivos	80	0	5
104-MDGd	Gestión Integral de la Calidad en Deporte	80	0	5
105-MDGd	Metodología de la Investigación I	64	0	4
201-MDGd	Dirección de Personas y Gestión del Talento en Organizaciones Deportivas en Entornos Físicos y Digitales	80	0	5
202-MDGd	Marketing Deportivo	80	0	5
203-MDGd	Gestión Económica y Financiera	80	0	5
204-MDGd	Gestión de relación con clientes	80	0	5
205-MDGd	Metodología de la Investigación II	64	0	4
Total horas y créditos curriculares		768		48

Adicionalmente al programa de estudios oficial, de forma complementaria la Escuela de Posgrado Newman brinda la oportunidad a sus estudiantes de ampliar sus conocimientos y profundizar en temáticas de interés relacionadas a su especialidad, con la finalidad de potenciar y cumplir con el perfil del egresado deseado y a su vez aporte valor a su desarrollo profesional por medio de competencias específicas. Se debe considerar que, estos créditos complementarios no condicionan la emisión del grado, ni incorporan alguna denominación o mención adicional a la que tiene aprobada la Escuela:

(***) Créditos complementarios				
N°	Curso de Especialización en Dirección de Personas	HT	HP	CRC
301	Comportamiento y desarrollo organizacional	64	0	4
302	Habilidades directivas	64	0	4
303	Coaching Ejecutivo	64	0	4
Total de horas y créditos complementarios		192		12

HT: Horas teóricas

HP: Horas prácticas

CR: Créditos curriculares

Horas Curriculares: 768

CRC: Créditos complementarios

(+) Maestría de especialización

(*) Campo del Conocimiento UNESCO: 10 Servicios

(**) Campo de Investigación OCDE: 5.00.00 Ciencias Sociales

(***) Créditos complementarios que no condicionan la emisión del grado, ni modifican la denominación del grado oficial.

Asignaturas con créditos obligatorios: 101, 102, 103, 104, 105, 201, 202, 203, 204 y 205

Asignaturas con créditos complementarios no obligatorios: 301, 302 y 303

1.1. Sumilla del Plan de Estudio

Código 101-MDGd **El Deporte como Sector Económico**

Al término de la asignatura, el estudiante conocerá el contexto en el que se desarrolla el sector económico del deporte, su multidisciplinariedad y organización, así como la tipología de las empresas, tanto públicas como privadas, que operan en el sector. Igualmente estudiará la economía del deporte y su ámbito de aplicación.

Código 102-MDGd **Dirección Estratégica de Entidades Deportivas**

Al término de la asignatura, el estudiante conocerá las herramientas para el análisis interno y externo de las organizaciones deportivas, así como toda la operativa del marketing estratégico y de la planificación anual. Todo ello con un enfoque centrado en la cultura de la innovación.

Código 103-MDGd **Diseño y Gestión de Productos y Servicios Deportivos**

Al término de la asignatura, el estudiante conocerá los aspectos necesarios para poder diseñar y gestionar servicios y todo tipo de actividades y competiciones deportivas. Aprenderán las fases necesarias para diseñar y gestionar eventos deportivos y actividades de turismo activo y conocerán los recursos existentes en el mercado para poder diseñar paquetes turísticos especializados en los espectáculos deportivos.

Código 104-MDGd **Gestión Integral de la Calidad en Deporte**

Al término de la asignatura, el estudiante comprenderá la calidad como concepto integral en el deporte, que incluye aspectos tan relevantes como la seguridad, el mantenimiento de equipos e instalaciones, la fidelización de clientes, la ética o la deontología profesional.

Código 105-MDGd **Metodología de la Investigación I**

La asignatura tiene como propósito fortalecer en los estudiantes las competencias sobre métodos y técnicas de investigación a través de los siguientes contenidos académicos: el trabajo de investigación, modalidades de trabajo de investigación, estructura del trabajo de investigación estructura del plan, el título del tema y el planteamiento del problema.

Código 201-MDGd **Dirección de Personas y Gestión del Talento en Organizaciones Deportivas en Entornos Físicos y Digitales**

Al término de la asignatura, el estudiante comprenderá la atracción, desarrollo y fidelización del talento de entidades deportivas, tanto en el entorno físico como en el entorno digital. Así como el clima laboral de organizaciones deportivas públicas y privadas, prestando especial atención a la administración digital del empleado o colaborador, a la comunicación humana en entornos digitales, así como a la gestión, diseño y planificación de puestos de trabajo, tanto en entornos físicos como en entornos digitales

Código 202-MDGd **Marketing Deportivo**

Al término de la asignatura, el estudiante aprenderá a hacer el plan de marketing de un negocio deportivo. Siguiendo la estructura clásica del marketing mix, se estudiarán los conceptos de producto deportivo, precio, promoción y de canales. Dentro de esta asignatura se hará un especial hincapié en el marketing digital, estudiando herramientas e indicadores propios de esta disciplina.

Código 203-MDGd **Gestión Económica y Financiera**

En esta asignatura, el estudiante conocerá los principales documentos generados a partir de la contabilidad financiera de una entidad deportiva: cuentas anuales, presupuestos, así como ratios e indicadores de gestión más habituales, destacando entre ellos el cuadro de mando integral adaptado a la entidad deportiva. Igualmente se estudiará cómo se diseña un plan de negocio de una entidad deportiva y se presenta a terceros.

Código 204-MDGd **Gestión de relación con clientes**

La asignatura permitirá a los estudiantes identificar las principales teorías, herramientas y estrategias de marketing utilizadas en la actualidad, donde Internet y las nuevas tecnologías desempeñan un papel relevante en la dirección de marketing, con el objetivo de que sean capaces de crear valor para el cliente y gestionar adecuadamente estas relaciones a largo plazo, introduciéndoles en la gestión de relaciones con clientes para crear valor añadido y mejorar sus experiencias en sus transacciones con una empresa.

Código 205-MDGd **Metodología de la Investigación II**

La asignatura tiene como propósito desarrollar en los maestrantes competencias cognitivas que le permitan conocer y dominar el proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Se revisa el método para que los alumnos puedan formular un problema de investigación, construir las hipótesis y objetivos, así como plantear la justificación que permita validar el desarrollo de la labor investigativa.

1.2. Sumilla de las asignaturas de complementación académica

1.2.1. Sumilla de Dirección de Personas

Código 301 **Comportamiento y desarrollo organizacional**

La asignatura es de naturaleza teórico-práctica y le brinda al estudiante los conocimientos en cuanto a cómo gestionar las organizaciones y las competencias necesarias para liderarlas, introduciendo al participante en los principales conceptos del comportamiento organizacional, como el análisis de la personalidad, estilos de liderazgo, culturas, entre otros que ayuden a la comprender cómo se desenvuelven los grupos humanos dentro de las empresas. Además, le brinda al estudiante los conocimientos y la comprensión de los procesos de intervención que permiten mejorar la cultura y el clima organizacional, así como, consolidar equipos de trabajo, analizar los procesos de retroalimentación como base para el rediseño de procesos de trabajo que busquen crear y mejorar políticas de recursos humanos y de cultura corporativa.

Código 302 **Habilidades Directivas**

La asignatura le brinda al participante los conocimientos y herramientas que se requieren para desarrollar habilidades directivas que les permitan a los directivos, enfrentar entornos altamente competitivos en las organizaciones en las que se desenvuelven. Para esto, asumen roles de negociación que deben apoyarse en el desarrollo de habilidades comunicativas, dirección de grupos de trabajo y capacidad para gestionar potenciales conflictos durante dicho proceso.

Código 303 **Coaching ejecutivo**

La asignatura le brinda al participante, conocimientos y herramientas cuyo propósito es desarrollar habilidades que les permitan desarrollarse como profesionales y personas dentro de la organización. Para esto, se revisa y aplica la práctica conversacional de coaching que busca potencializar los resultados de los equipos de trabajo, generando espacios de aprendizaje individuales y colectivos que aporten al desarrollo de la organización y de las personas que la conforman.

1.3. Perfil del Ingresante

Grado académico de bachiller y/o título profesional en áreas relacionadas con las Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, Administración y Dirección de Empresas, Economía, Administración, Comunicación, o Marketing además de Maestro con la Especialidad de Educación Física o Grado en Educación

La Comisión de Admisión podrá considerar la experiencia profesional para el proceso de admisión.

1.3.1. Conocimientos sobre

- Marketing
- Gestión empresarial
- Patrocinio

1.3.2. Habilidades

- Asumir liderazgo y gestión de personas.
- Habilidad comunicativa.
- Analizar situaciones complejas.
- Sintetizar y comunicar sus ideas de forma eficiente.
- Manejar de forma correcta las nuevas tecnologías.
- Analizar los problemas de manera integral.

1.3.3. Aptitudes

- Compromiso con el aprendizaje autónomo.
- Participación activa.
- Trabajo colaborativo.
- Comunicación asertiva y precisa.
- Integración a equipos de trabajo.
- Reflexión, criterio y respeto hacia las normativas, reglamentaciones y leyes.
- Liderazgo y ética en su labor.

1.4. Objetivo general del programa

La Maestría en Dirección y Gestión Deportiva tiene una orientación profesional y su objetivo principal es proporcionar una formación teórico-práctica de todos los ámbitos de la dirección y gestión del deporte: dirección estratégica, marketing, calidad, dirección de personas y gestión económica y financiera, que incorporen las nuevas tecnologías aplicables a estos campos.

1.5. Objetivos específicos de formación

- Conocer la estructura y la organización del deporte, como sector económico, en su más amplia dimensión, diferenciando entre los diferentes ámbitos existentes (público y privado), comprender las técnicas ligadas a la dirección estratégica, marketing deportivo y dirección de las personas.

- Aplicar los conocimientos adquiridos para desarrollar habilidades directivas ligadas a la dirección y gestión de las organizaciones deportivas, así como consolidar la iniciativa y el espíritu emprendedor de proyectos relacionados con la dirección y gestión del deporte.
- Alcanzar puestos de responsabilidad y dirección en la industria deportiva en entidades, agencias de marketing deportivo, marcas patrocinadoras, instalaciones u organización de eventos.
- Aprender con expertos y casos reales de la industria: mediante el learning by doing, enfrentando y resolviendo casos prácticos que han superado profesionales de grandes equipos deportivos internacionales.
- Profundizar en las herramientas digitales y analíticas más importantes, para tomar decisiones informadas en la gestión deportiva, mejorando la toma de decisiones estratégicas y la optimización de los recursos.
- Comprender los avances tecnológicos que transforman la interacción entre los aficionados y la industria deportiva, y cómo estas nuevas dinámicas impactan en la satisfacción y lealtad del cliente.

1.6. Perfil del Egresado

Se determina el siguiente perfil de egreso para el programa de Maestría en Dirección y Gestión Deportiva

1.6.1. Conocimientos

- La industria en la que desarrollarán su ejercicio profesional en el marketing de organizaciones públicas y privadas.
- Los aspectos económicos relevantes del mundo del deporte a nivel micro y macroeconómico, clave para tomar decisiones estratégicas.
- La relación entre el deporte y los medios de comunicación, comprendiendo a todos los agentes implicados, desde clientes hasta vendedores e intermediarios.

1.6.2. Habilidades

- Destacar en áreas de gestión de marketing y comunicación, tanto en empresas que ofrecen productos y servicios deportivos como en aquellas que utilizan el deporte como herramienta de promoción.
- Ser un experto polivalente, con acceso a numerosas oportunidades en la industria del deporte-
- Contribuir en la construcción de marcas país o ciudades.

1.6.3. Actitudes

- Liderar e idear el plan de marketing deportivo.
- Comprender la capacidad del deporte como instrumento para la comunicación.
- Orientar a empresas y organismos para mejorar su posicionamiento, ventas y reputación en un contexto multicanal.

1.7. Perfil Docente:

Los docentes deben contar con el siguiente perfil:

- Poseer grado de maestro y/o doctor.
- Formación relacionada al programa.
- Experiencia docente y/o profesional en la materia a desarrollar.

1.8. Grado que se obtiene:

Al finalizar los estudios el estudiante podrá optar el grado de Maestro en Dirección y Gestión Deportiva.



Newman
Escuela de Posgrado

