

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Avalado por la NBA



**tech**  
universidad



## Máster Título Propio

### MBA en Dirección de Entidades Deportivas

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/ciencias-del-deporte/master/master-mba-direccion-entidades-deportivas](http://www.techtitute.com/ciencias-del-deporte/master/master-mba-direccion-entidades-deportivas)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 14*

04

Dirección del curso

---

*pág. 18*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 42*

06

Metodología

---

*pág. 50*

07

Titulación

---

*pág. 58*

# 01

# Presentación

El deporte se ha convertido en un pilar fundamental en la sociedad moderna. Por este motivo, las incontables entidades deportivas necesitan contar con directivos capacitados para afrontar cualquier reto o eventualidad en este campo laboral. Pensando en este, el programa ideado para este tema, le permitirá al personal deportivo capacitarse para ser un director de elite, aprovechando el conocimiento en el área jurídica-deportiva, el desarrollo de habilidades de comunicación y liderazgo y, por supuesto, todo lo relacionado con la organización y planificación de eventos importantes. A lo largo de los meses el profesional adquirirá los conocimientos generales de la Dirección de Entidades Deportivas para poder aplicarlos en este sector tan global e interesante, y de una manera flexible al contar con una modalidad online.



“

*Alcanza un nivel de excelencia como profesional deportivo formando parte de una junta directiva”*

El deporte es una disciplina transversal que en los últimos años ha crecido internacionalmente, convirtiéndose en un sector económico y con gran impacto en el PIB. Por eso, el profesional deportivo inmerso en este ambiente debe tener un conocimiento directivo que le ayude a mejorar su perfil profesional. Asimismo, deberá conocer todas las áreas que impactan en el deporte, como son, las finanzas, el derecho, el marketing, la comunicación, los eventos o las nuevas tendencias.

Este programa, ideado especialmente para cubrir las necesidades de entrenadores, atletas y profesionales relacionado al mundo deportivo que desee aportar una visión fresca e innovadora a la dirección de una entidad deportiva. Por esta razón, se le brindará al alumno en cada módulo, contenidos a nivel teórico de altísima calidad y profundidad. Cada tema se diseñó para construir un conocimiento lógico y ordenado por el alumno para una mayor comprensión y asimilación de los contenidos para aplicar una Dirección de Entidades Deportivas a nivel práctico exitoso.

Una de las características que diferencian este programa de otros es la relación entre los diferentes temas de los módulos a nivel teórico, pero sobre todo práctico haciendo que el alumno obtenga ejemplos reales de Dirección de Entidades Deportivas, y del mundo profesional del deporte, pues el alumno pueda construir el conocimiento de la manera más completa.

Además, se compone de un contenido jurídico-deportivo muy completo, para poder tener información relevante en esta área. Se proporcionará al alumno de una visión general del entorno deportivo y conocimientos sobre las áreas de la Dirección de Entidades Deportivas: jurídica, financiera, estratégica, de eventos, Marketing, comunicación, sin olvidar habilidades básicas directivas aplicadas al deporte. Adicionalmente, los egresados podrán acceder a una serie exclusiva de 10 *Masterclasses* complementarias, impartidas por un afamado docente de renombre internacional, un auténtico especialista en Gestión de Asociaciones Corporativas, en el ámbito deportivo.

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

- El desarrollo de numerosos casos prácticos presentados por especialistas en Dirección de Entidades Deportivas
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen la información indispensable para el ejercicio profesional
- Los ejercicios donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones
- Su especial hincapié en las metodologías innovadoras en entrenamientos personales
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Podrás acceder a un conjunto único de 10 Masterclasses adicionales, que han sido diseñadas por un prestigioso experto de fama internacional en Gestión de Asociaciones Corporativas en el deporte”*

“

*Este Máster Título Propio es la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización por dos motivos: además de poner al día tus conocimientos como entrenador personal, obtendrás un título por TECH Universidad”*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de las Ciencias del Deporte, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una especialización inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en Dirección de Entidades Deportivas y con gran experiencia.

*El Máster Título Propio permite ejercitarse en entornos simulados, que proporcionan un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.*

*Este Máster Título Propio 100% online te permitirá compaginar tus estudios con tu labor profesional a la vez que aumentas tus conocimientos en este ámbito.*



# 02 Objetivos

TECH se encuentra siempre a la vanguardia académica, por eso elabora sus programas para cumplir con los objetivos profesionales de sus estudiantes. En consecuencia, el MBA en Dirección de Entidades Deportivas busca desarrollar un aprendizaje teórico-práctico, de manera que el profesional deportivo domine los diferentes actores que forman parte de esta disciplina en todos sus ámbitos, buscando un Director Deportivo de la más alta calidad. Pensando en esto, el futuro egresado cuenta con una serie de objetivos específicos y generales que le guiarán en todo momento.







“

*Nuestro objetivo es alcanzar la excelencia académica y ayudarte a que tú logres el éxito profesional. No lo dudes más y únete a nosotros”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Otorgar conocimiento sobre el entorno y el mercado deportivo
- ♦ Capacitar a profesionales preparados para trabajar en la industria deportiva
- ♦ Convertirse en un exitoso gestor deportivo
- ♦ Capacitar a directivos, líderes y a futuros gerentes de entidades deportivas
- ♦ Conocer el mercado tanto nacional como internacional, con experiencias prácticas de los profesionales que forman parte del profesorado
- ♦ Comprender que el deporte es un sector económico y de negocio diferente a cualquier otro sector, con sus especificidades y particularidades



## Objetivos específicos

---

### **Módulo 1. Introducción al derecho y la gestión del deporte**

- ♦ Obtener una base jurídica del sector deportivo
- ♦ Definir las normativas más importantes del derecho para la gestión deportiva
- ♦ Desarrollar criterio en base a las leyes que existen en el ente deportivo

### **Módulo 2. Estructura organizativa del deporte nacional e internacional**

- ♦ Conocer el ecosistema deportivo nacional e internacional
- ♦ Entender los diferentes actores que forman parte del deporte tanto a nivel internacional como nacional
- ♦ Identificar los principales pilares deportivos dentro de los grandes entes del sector

### **Módulo 3. Relaciones laborales en el deporte**

- ♦ Comprender las relaciones laborales existentes en el mundo deportivo
- ♦ Identificar las conexiones y diferentes canales dentro del deporte
- ♦ Reconocer aliados deportivos que busquen el beneficio del mundo deportivo

### **Módulo 4. Planificación estratégica en las organizaciones deportivas**

- ♦ Aprender sobre la estrategia en el deporte
- ♦ Identificar una ruta de seguimiento para la organización deportiva
- ♦ Estructurar y hacer planes estratégicos para el crecimiento de las organizaciones deportivas

### **Módulo 5. Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte**

- ♦ Identificar los principales aspectos tributarios del deporte
- ♦ Reconocer los planes financieros más eficaces para el crecimiento deportivo
- ♦ Abarcar una visión financiera sobre el ente deportivo

### **Módulo 6. Jurisdicción deportiva**

- ♦ Tener una visión sobre la jurisdicción deportiva
- ♦ Investigar a fondo la jurisdicción que acoge al deporte

### **Módulo 7. Marketing y comunicación en deporte**

- ♦ Adquirir conocimientos sobre marketing deportivo y la creación y desarrollo de un plan de marketing
- ♦ Reconocer los principales medios para fomentar el deporte
- ♦ Crear rutas y entablar comunicaciones con agentes deportivos y medios que fomenten el deporte

### **Módulo 8. Organización de eventos deportivos**

- ♦ Entender la importancia de la comunicación en el deporte
- ♦ Conocer los pasos y etapas para la realización de un evento deportivo
- ♦ Identificar la correcta planeación de un evento
- ♦ Investigar los eventos más importantes del mundo del deporte y analizar su ejecución

### **Módulo 9. Nuevas tendencias en el deporte: *Big data & sports***

- ♦ Entender las nuevas formas del negocio del deporte, así como las técnicas más innovadoras
- ♦ Analizar resultados y apropiarse de las nuevas tecnologías
- ♦ Identificar las nuevas tendencias del mundo deportivo, así como sus avances en cuestiones de tecnología

### **Módulo 10. Liderazgo y gestión de personas en el deporte**

- ♦ Despertar interés por la innovación y las nuevas tendencias en la Dirección de Entidades Deportivas
- ♦ Potenciar las habilidades de liderazgo dentro de una entidad deportiva y conocer cómo gestionar debidamente a las personas en este sector

### **Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas**

- ♦ Analizar el impacto de la globalización en la gobernanza y el gobierno corporativo
- ♦ Evaluar la importancia del liderazgo efectivo en la dirección y éxito de las empresas
- ♦ Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo y entender los desafíos actuales que enfrentan los líderes
- ♦ Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas
- ♦ Estructurar estrategias para la implementación y mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las empresas

### **Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento**

- ♦ Determinar la relación entre la dirección estratégica y la gestión de recursos humanos
- ♦ Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de recursos humanos por competencias
- ♦ Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño

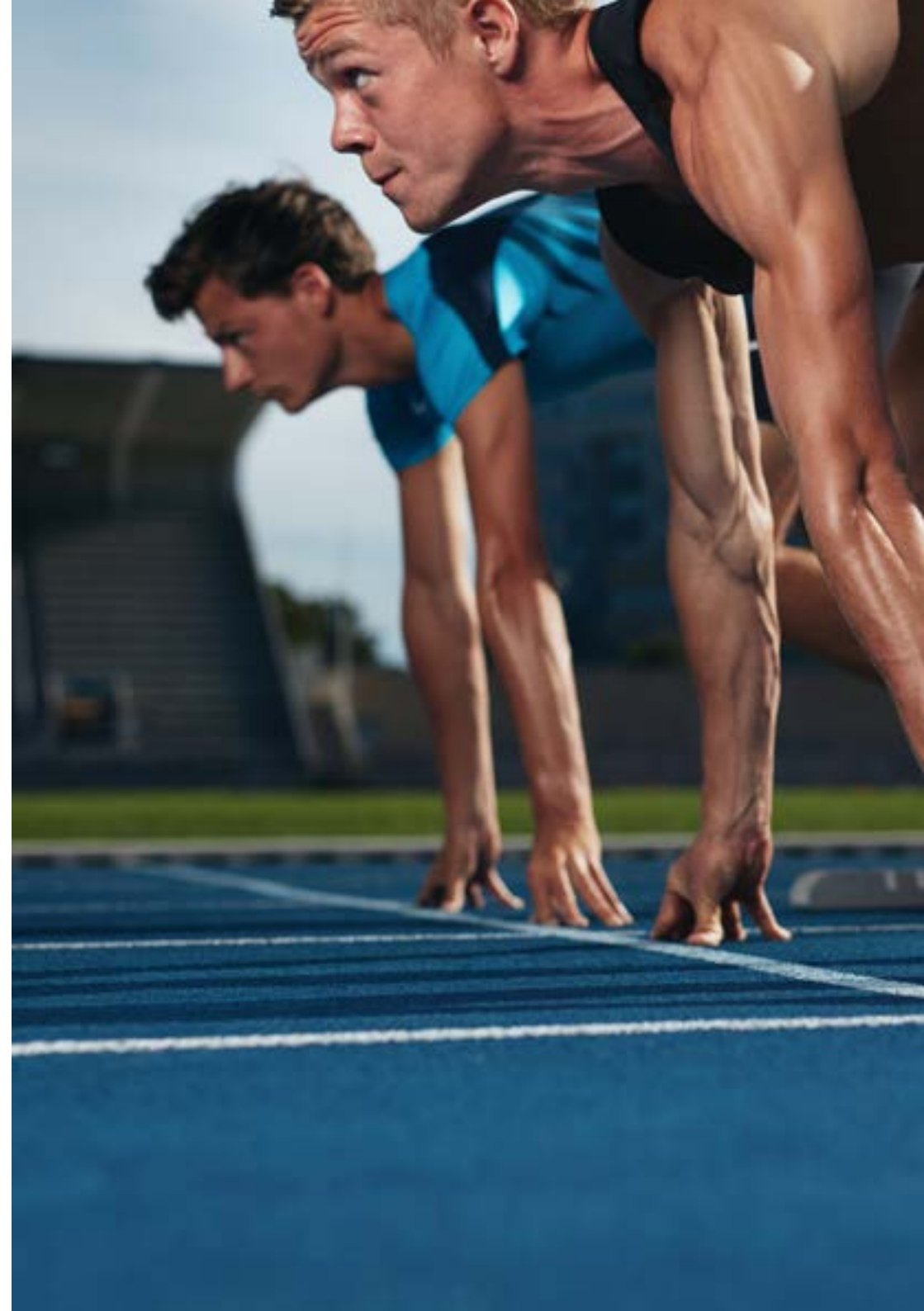
- ♦ Integrar las innovaciones en la gestión del talento y su impacto en la retención y fidelización del personal
- ♦ Desarrollar estrategias para la motivación y el desarrollo de equipos de alto desempeño
- ♦ Proponer soluciones efectivas para la gestión del cambio y la resolución de conflictos en las organizaciones

### **Módulo 13. Dirección Económico-Financiera**

- ♦ Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el sistema financiero nacional e internacional
- ♦ Definir los sistemas de información y Business Intelligence para la toma de decisiones financieras
- ♦ Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la dirección financiera
- ♦ Valorar estrategias para la planificación financiera y la obtención de financiación empresarial

### **Módulo 14. Dirección Comercial y Marketing Estratégico**

- ♦ Estructurar el marco conceptual y la importancia de la dirección comercial en las empresas
- ♦ Ahondar en los elementos y actividades fundamentales del marketing y su impacto en la organización
- ♦ Determinar las etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- ♦ Evaluar estrategias para mejorar la comunicación corporativa y la reputación digital de la empresa





### Módulo 15. *Management Directivo*

- ♦ Definir el concepto de General Management y su relevancia en la dirección de empresas
- ♦ Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- ♦ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portavoces

“

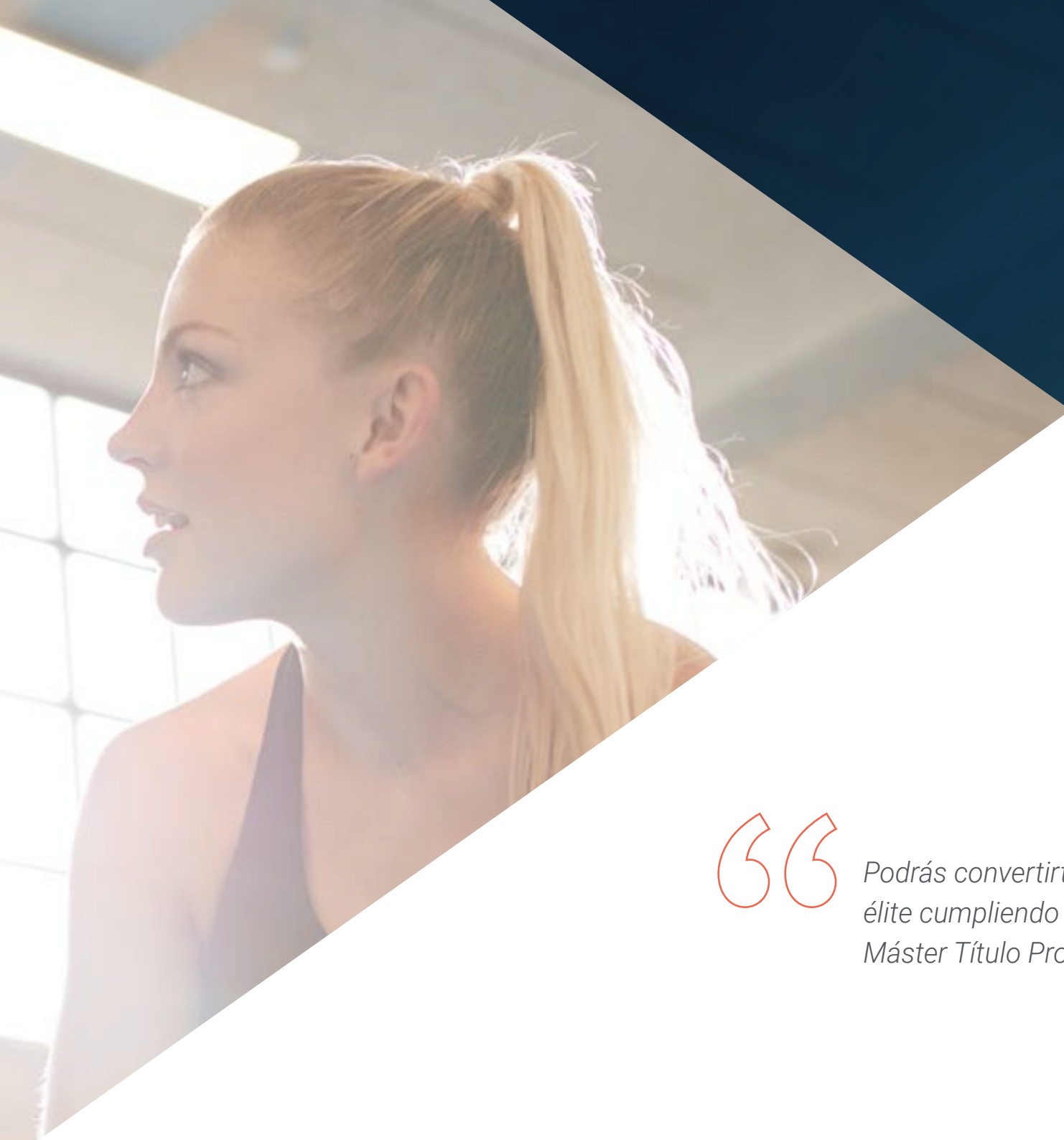
*El ámbito deportivo precisa de profesionales capacitados y nosotros te damos las claves para que te sitúes en la élite profesional”*

# 03

# Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Dirección de Entidades Deportivas, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora. En consecuencia, se obtiene un programa que combina lo mejor de la experiencia de un cuadro docente de excelencia y el contenido más actualizado del mercado.





“

*Podrás convertirte en un Director Deportivo de élite cumpliendo con las competencias de este Máster Título Propio”*



## Competencias generales

---

- ♦ Adquirir conocimiento basado en la evidencia científica más actual con total aplicabilidad en el campo práctico
- ♦ Dominar todos los métodos más avanzados en cuanto a Dirección de Entidades Deportivas se refiere

“

*Aumenta tus competencias gracias a nuestra capacitación de altísima calidad y da un impulso a tu carrera”*







## Competencias específicas

---

- ♦ Conocer el mercado tanto nacional como internacional, con experiencias prácticas de los profesionales que forman parte del profesorado
- ♦ Tener una visión sobre la jurisdicción deportiva
- ♦ Conocer el ecosistema deportivo nacional e internacional
- ♦ Emplear las habilidades de liderazgo dentro de una entidad deportiva y conocer cómo gestionar debidamente a las personas en este sector

# 04

## Dirección del curso

El deporte es una disciplina transversal que en los últimos años ha crecido tanto nacional como internacionalmente, convirtiéndose en un sector económico y con gran impacto en el PIB. El equipo docente, experto en Dirección de Entidades Deportivas, cuenta con un amplio prestigio en la profesión y son profesionales con años de experiencia docente que se han unido para ayudar al futuro egresado a dar un impulso a su profesión. Para ello, han elaborado este Máster Título Propio con actualizaciones recientes en la materia que le permitirá capacitarse y aumentar sus habilidades en este sector.





“

*Aprende de los mejores  
profesionales y conviértete tú  
mismo en un profesional de éxito”*

## 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 de Patrocinio 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

- ♦ 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*, en España
- ♦ Vocal y Socia fundadora de la Asociación Española para la Calidad Ética en el Deporte
- ♦ Licenciada en Derecho con especialidad en la Unión Europea en la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Máster en *International Relations* por la Universidad CEU San Pablo de Madrid
- ♦ Máster en Fiscalidad Empresarial por ICADE
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida
- ♦ 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, Francisco

- ♦ Magistrado suplente de la Audiencia Provincial de Badajoz
- ♦ Profesor en diversas instituciones académicas de asignaturas relacionadas con el Derecho del Trabajo y Seguridad Social
- ♦ Mediador del Tribunal Arbitral del Deporte (TAS/CAS)
- ♦ Árbitro en el Comité de Expertos en Industria del Deporte y el Entretenimiento de la Asociación Europea de Arbitraje
- ♦ Consultor y consejero académico en Lemat Abogados
- ♦ 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

### Dña. Díaz Marí, Montse

- ♦ Asesora jurídica en DíazMari
- ♦ Abogada en Samsung Electronic Iberia
- ♦ Máster en Mercados e Industria del Derecho del Deporte y del Entretenimiento por ISDE
- ♦ Máster Oficial en Derecho Deportivo por la INEFC
- ♦ Máster en Acceso a la Abogacía y Derecho de los Negocios por la Universidad San Pablo CEU
- ♦ Máster en Derecho Deportivo por la Universidad San Pablo CEU

**D. Barras García, Pedro J.**

- ♦ Asesor Fiscal Senior en Consultores Sayma Madrid
- ♦ Coordinador y Promotor de escuelas y clubes deportivos en el ámbito del fútbol sala y del ajedrez de base
- ♦ Director de varias escuelas de ajedrez y coordinador de campañas de promoción de este deporte en colaboración 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 en el ámbito de la tributación y contabilidad

**Dr. Valiño Arcos, Alejandro**

- ♦ 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 (Derecho Romano, Historia Antigua, Historia y actualidad del Derecho Foral valenciano, Derecho Civil español, Derecho Deportivo, Derecho Comparado y Derecho Privado europeo)
- ♦ Actividad investigadora en Universidades italianas (Siena y Pavia), Alemania (Freiburg, Göttingen, Münster y Bonn), Austria (Salzburg) y Uruguay (Montevideo)





**Dña. Esperidião Hasenclever, Mônica**

- ♦ Chief Marketing Officer y directora de la LWF Academy
- ♦ Fundadora 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 en la Universidad Presbiteriana Mackenzie de Sao Paulo, Brasil
- ♦ Postgrado en Gestión Deportiva Universidad Anhembi Morumbi de Sao Paulo, Brasil
- ♦ Máster en Marketing Deportivo en la Escuela Universitaria Real Madrid de la Universidad Europea

**D. Novo, Andrés**

- ♦ Responsable de Marketing Institucional y eventos en el Grupo PRISA
- ♦ Responsable de Producción de Eventos en Innevento e Innevento Sports
- ♦ Director de campo, ayudante de logística, responsable de atención a equipos y responsable de ceremonias y protocolo en MicFootball
- ♦ Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco
- ♦ Diplomado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad del País Vasco

**D. González Graña, Carlos**

- ♦ Fundador y Director Gerente en Callander Sport & Business
- ♦ Cofundador y Director de Operaciones en Business Hub Innovation
- ♦ Socio del área de deporte profesional en Raheem GL Club de Negocios
- ♦ Director Comercial del área deportiva en Riskmedia Insurance Brokers
- ♦ Licenciado en Derecho en la Universidad de La Coruña
- ♦ Especialización en Derecho Laboral y Deportivo

**Dña. Carmona Ramos, Sara**

- ♦ Presentadora de la sección de Análisis y *Big Data* del programa “El Día Después” en Movistar Plus
- ♦ Directora Académica del Máster en Marketing Deportivo, Entornos digitales y e-Sports de 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
- ♦ Experto en Análisis Deportivos de Datos y *Big Data* en la Universidad de Valladolid

**Dña. Pascual, Mónica**

- ♦ CEO y Fundadora de Making Talent Happen
- ♦ Handling GSE Manager en Swissport Handling Madrid UTE
- ♦ I+D+i Manager y Project Manager en Inpropack
- ♦ Creadora del podcast “Imparables”
- ♦ Autora del blog “Mentalidad Imparable” en Diario AS
- ♦ Licenciada en Ingeniería Industrial en Universidad Alfonso X El Sabio
- ♦ Máster en Derecho Internacional de Patentes en la Escuela de Organización Industrial
- ♦ Experta en Mediación en el Instituto Superior de Derecho y Economía

# 05

## Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales conocedor de las implicaciones de la capacitación en la praxis diaria, conscientes de la relevancia de la actualidad de la especialización de calidad en el ámbito del MBA en Dirección de Entidades Deportivas; y comprometidos con la enseñanza de calidad mediante las nuevas tecnologías educativas. Todo esto, desde el punto de vista global en aras de su aplicación a nivel internacional, incorporando todos los campos de trabajo que intervienen en el desarrollo del profesional en la dirección de una institución deportiva.



“

*Contamos con el programa científico más completo y actualizado del mercado. Queremos ponerte a tu alcance la mejor capacitación”*

## 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
- 13.6. Estrategia Financiera Corporativa
  - 13.6.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
  - 13.6.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.7. Financiación Estratégica
  - 13.7.1. La autofinanciación
  - 13.7.2. Ampliación de fondos propios
  - 13.7.3. Recursos Híbridos
  - 13.7.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.8. Análisis y planificación financiera
  - 13.8.1. Análisis del Balance de Situación
  - 13.8.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
  - 13.8.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.9. Análisis y resolución de casos/problemas
  - 13.9.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

### 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. Gestión Estratégica del Marketing
  - 14.2.1. Concepto de Marketing estratégico
  - 14.2.2. Concepto de planificación estratégica de Marketing
  - 14.2.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de Marketing



- 14.3. Gestión de campañas digitales
  - 14.3.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
  - 14.3.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
  - 14.3.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 14.4. Estrategia de ventas
  - 14.4.1. Estrategia de ventas
  - 14.4.2. Métodos de ventas
- 14.5. Comunicación Corporativa
  - 14.5.1. Concepto
  - 14.5.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 14.5.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 14.5.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 14.5.5. Elementos de la comunicación
  - 14.5.6. Problemas de la comunicación
  - 14.5.7. Escenarios de la comunicación
- 14.6. Comunicación y reputación digital
  - 14.6.1. Reputación online
  - 14.6.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 14.6.3. Herramientas de reputación online
  - 14.6.4. Informe de reputación online
  - 14.6.5. *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

06

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning.**

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





“

*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.*



*El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.*

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



#### 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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



#### 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 las futuras decisiones difíciles.



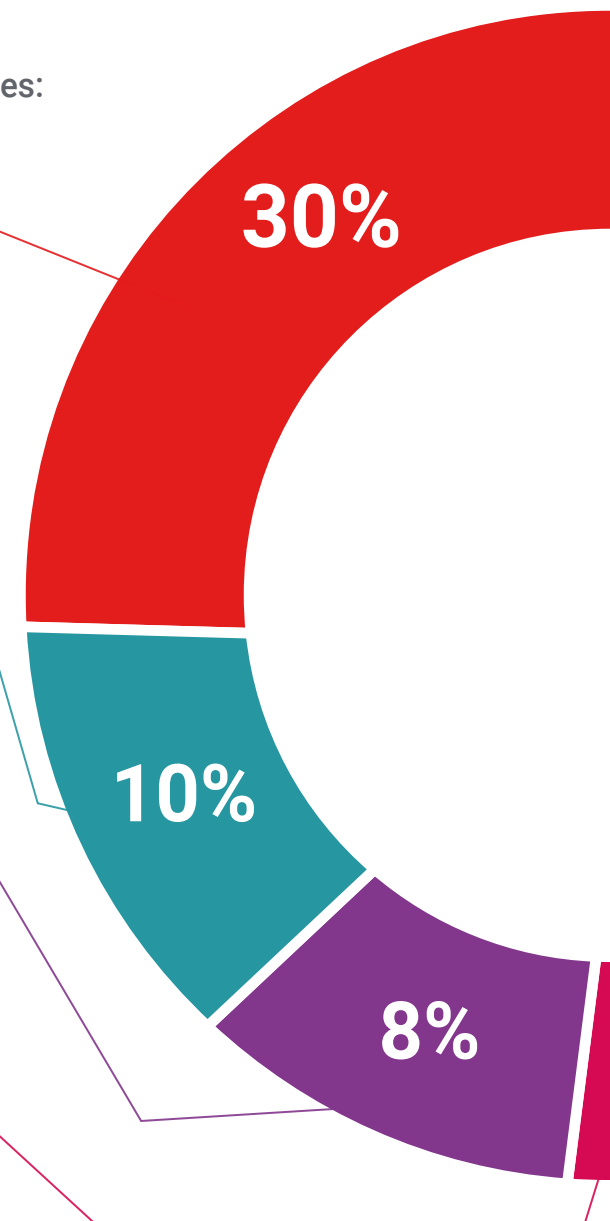
#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.







#### Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta situación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



#### Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

# Titulación

El MBA en Dirección de Entidades Deportivas garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.





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

Este **MBA en Dirección de Entidades Deportivas** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

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

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**

**tech**  
universidad

C. \_\_\_\_\_ con documento de identificación \_\_\_\_\_ ha superado con éxito y obtenido el título de:

**Máster Título Propio MBA en Dirección de Entidades Deportivas**

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

En Ciudad de México, a 31 de mayo de 2024

Mtro. Gerardo Daniel Orozco Martínez  
Rector

Universidad Online  
Oficial de la NBA

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH/AFWOR235 techtitute.com/titulos

**Máster Título Propio MBA en Dirección de Entidades Deportivas**

Distribución General del Plan de Estudios		Distribución General del Plan de Estudios			
Tipo de materia	Horas	Curso	Materia	Horas	Carácter
Obligatoria (OB)	1.500	1º	Introducción al derecho y la gestión del deporte	100	OB
Optativa (OP)	0	1º	Estructura organizativa del deporte nacional e internacional	100	OB
Prácticas Externas (PR)	0	1º	Relaciones laborales en el deporte	100	OB
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0	1º	Planificación estratégica en las organizaciones deportivas	100	OB
	<b>Total 1.500</b>	1º	Gestión financiera y aspectos tributarios en el deporte	100	OB
		1º	Jurisdicción deportiva	100	OB
		1º	Marketing y Comunicación en Deporte	100	OB
		1º	Organización de eventos deportivos	100	OB
		1º	Nuevas tendencias en el deporte: Big Data & Sports	100	OB
		1º	Liderazgo y gestión de personas en el deporte	100	OB
		1º	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas	100	OB
		1º	Dirección de Personas y Gestión del Talento	100	OB
		1º	Dirección Económico-Financiera	100	OB
		1º	Dirección Comercial y Marketing Estratégico	100	OB
		1º	Management Directivo	100	OB

Mtro. Gerardo Daniel Orozco Martínez  
Rector

**tech**  
universidad

\*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



**Máster Título Propio**  
MBA en Dirección de  
Entidades Deportivas

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Entidades Deportivas

Avalado por la NBA



**tech**  
universidad