



**Título oficial de Universidad EUDE México.
Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial
de Estudios (RVOE No. 20263397)**

Datos clave

Maestría en Gestión y Dirección de Proyectos Deportivos

Comienzo del Máster
Consultar con tu asesor académico.

98 créditos SEP (México)
18 meses.

Acceso al PDDI
(Programa de Desarrollo Directivo
Internacional)

Contenido online
Campus Virtual.

Especialidades
Elige complementar tu Máster
con más de 25 especialidades.

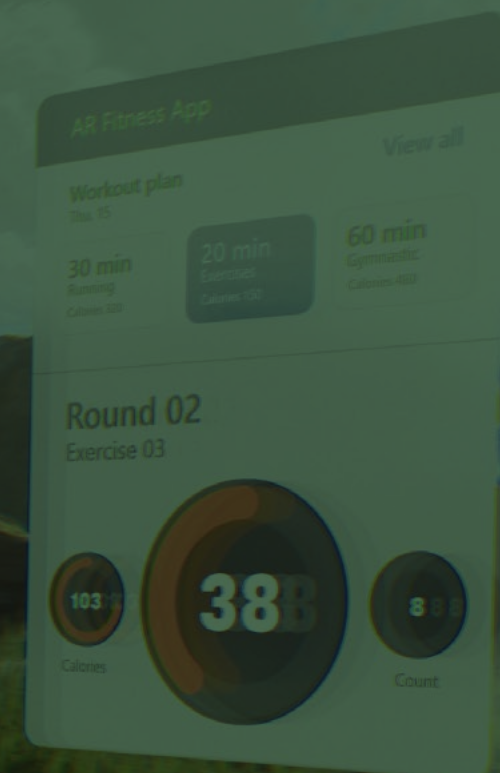
13 idiomas
(Inglés, Francés , Italiano, Alemán,
Chino, Español, Neerlandés...).

Asistencia al
Acto de Graduación
en Madrid (España)
No incluido.Opcional



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE Business School. Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE No. 20263397)

1. FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS DEL DEPORTE
2. TOMA DE DECISIONES Y GOBIERNO DE PROYECTOS DEPORTIVOS
3. MARCO LEGAL LABORAL
4. MODELOS DE GESTIÓN DE CLUBES Y ENTIDADES DEPORTIVAS
5. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES DEPORTIVAS
6. MARCO LEGAL MERCANTIL
7. GESTIÓN DEL ALCANCE Y PLANIFICACIÓN TEMPORAL
8. GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN ORGANIZATIVA
9. GESTIÓN DEL COSTE EN PROYECTOS DEPORTIVOS
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS
11. DIRECCIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS
12. ESTRATEGIA Y MARKETING DEL PROYECTO DEPORTIVO
13. CONSTRUCCIÓN DE MARCA DEPORTIVA Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO
14. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS
15. RECURSOS HUMANOS DEL PROYECTO DEPORTIVO
16. GESTIÓN DE CALIDAD Y RIESGOS
17. COMUNICACIÓN Y RELACIÓN CON STAKEHOLDERS
18. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS
19. GESTIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS
20. GESTIÓN DE LA SEGURIDAD EN EVENTOS E INSTALACIONES DEPORTIVAS
21. GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN Y CIERRE DEL PROYECTO DEPORTIVO
22. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE NEGOCIOS



1 FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS DEL DEPORTE

Objetivo:

Analizar los fundamentos estratégicos de la industria del deporte, distinguiendo la estructura económica del sector, los modelos de negocio, los actores que intervienen en el ecosistema deportivo y los procesos de gobernanza y liderazgo en las organizaciones deportivas, con el fin de interpretar críticamente su funcionamiento y su impacto en la toma de decisiones estratégicas en proyectos deportivos.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Fundamentos de la Industria del deporte: negocio económico y social

- 1.1 Estructura y dimensiones económicas del sector deportivo
 - 1.1.1 Magnitud económica del sector deportivo
 - 1.1.2 Principales segmentos de la industria del deporte
 - 1.1.3 Impacto económico del deporte en la economía global
- 1.2 El deporte como industria global y su impacto social
 - 1.2.1 Globalización del deporte y expansión internacional
 - 1.2.2 Impacto social del deporte en las comunidades
 - 1.2.3 Deporte, desarrollo social y cohesión territorial
- 1.3 Modelos de negocio en el deporte profesional y amateur
 - 1.3.1 Modelos de negocio en clubes profesionales
 - 1.3.2 Modelos de negocio en organizaciones deportivas amateur
 - 1.3.3 Diversificación de fuentes de ingresos en el deporte
- 1.4 Actores clave y dinámicas de mercado
 - 1.4.1 Organizaciones deportivas y estructuras institucionales
 - 1.4.2 Empresas y patrocinadores en la industria deportiva
 - 1.4.3 Consumidores y audiencias deportivas
- 1.5 Toma de decisiones estratégicas en entornos deportivos
 - 1.5.1 Factores que influyen en la toma de decisiones estratégicas

1.5.2 Herramientas para la toma de decisiones en organizaciones deportivas

1.5.3 Análisis estratégico aplicado al sector deportivo

1.6 Análisis de un ecosistema deportivo real

1.6.1 Identificación de los actores del ecosistema

1.6.2 Relaciones e interdependencias entre los actores

1.6.3 Evaluación estratégica del ecosistema deportivo

2. Alta Dirección y Liderazgo Ejecutivo en el Deporte

2.1 Modelos de gobernanza en organizaciones deportivas

2.1.1 Concepto de gobernanza en el deporte

2.1.2 Modelos de gobernanza en organizaciones deportivas internacionales

2.1.3 Buenas prácticas de gobernanza deportiva

2.2 Estructuras institucionales: clubes, federaciones, ligas y organismos internacionales

2.2.1 Organización institucional del deporte

2.2.2 Funciones y competencias de federaciones y ligas

2.2.3 Relación entre organismos deportivos nacionales e internacionales

2.3 Procesos de toma de decisiones y reparto de poder

2.3.1 Estructuras de poder en organizaciones deportivas

2.3.2 Procesos formales e informales de toma de decisiones

2.3.3 Influencia de los distintos actores en la gobernanza deportiva

2.4 Transparencia, ética y buen gobierno en el deporte

2.4.1 Principios de ética en la gestión deportiva

2.4.2 Transparencia y rendición de cuentas en organizaciones deportivas

2.4.3 Políticas de integridad y cumplimiento

2.5 Casos prácticos de gobernanza deportiva

2.5.1 Análisis de modelos de gobernanza en clubes deportivos

2.5.2 Estudio de casos en federaciones y ligas profesionales

2.5.3 Evaluación de buenas prácticas de gobierno deportivo

2 TOMA DE DECISIONES Y GOBIERNO DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Objetivo:

Caracterizar los procesos de toma de decisiones y gobierno en proyectos deportivos, analizando la relación entre proyectos, programas y portafolios, así como los mecanismos de priorización, supervisión estratégica y continuidad de proyectos en organizaciones deportivas, generando una solución a un caso de estudio enfocado a la priorización y continuidad de proyectos deportivos.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Toma de decisiones y gobierno de proyectos deportivos

- 1.1 Proyectos, programas, portafolios y su alineación estratégica
- 1.2 Concepto de proyecto en el ámbito deportivo
- 1.3. Diferencias entre proyectos, programas y portafolios
- 1.4. Alineación estratégica de proyectos con la organización deportiva

2. Gestión de programas

- 2.1 Concepto y características de la gestión de programas
- 2.2 Coordinación de múltiples proyectos dentro de un programa
- 2.3 Beneficios de la gestión integrada de programas en el deporte

3. Tipos de proyectos deportivos

- 3.1 Proyectos de desarrollo deportivo
- 3.2 Proyectos de infraestructuras e instalaciones deportivas
- 3.3 Proyectos de eventos deportivos
- 3.4 Proyectos de innovación y transformación en el deporte

4. Órganos de gobierno estratégico de proyectos

- 4.1 Estructuras de gobernanza en proyectos deportivos
- 4.2 Comités de dirección y supervisión de proyectos
- 4.3 Roles y responsabilidades en el gobierno de proyectos

5. Simulación de toma de decisiones sobre priorización y continuidad de proyectos deportivos

- 5.1 Criterios para la priorización de proyectos deportivos
- 5.2 Evaluación de la viabilidad y continuidad de proyectos
- 5.3 Simulación de escenarios de toma de decisiones estratégicas en proyectos deportivos

3 MARCO LEGAL LABORAL

Objetivo:

Analizar la aplicación de los conceptos fundamentales del Derecho del Trabajo en la normatividad que rigen en las organizaciones, sus implicaciones en las responsabilidades y obligaciones de las personas y la empresa, elaborando propuestas para su correcta vigilancia y aplicación.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Derecho Procesal del Trabajo

- 1.1. Definición de Derecho Procesal del Trabajo
- 1.2. Derechos y Obligaciones del Patrón
- 1.3. Derechos y Obligaciones del Trabajador

2. Relaciones Individuales de Trabajo

- 2.1 Concepto de relación de trabajo
- 2.2 Contrato individual del trabajo y sus efectos: Los menores de edad y la relación de trabajo, Trabajadores mexicanos fuera de la República
- 2.3 Duración de las relaciones de trabajo: Para obra o tiempo determinado, Por temporada o por tiempo indeterminado y Sujeto a prueba o a capacitación inicial

2.4 Suspensión de los efectos de las relaciones de trabajo: Causas y Efectos

2.5 Rescisión de las relaciones de trabajo: Causas sin responsabilidad para el patrón, Causas sin responsabilidad para el trabajador

2.6 Terminación de las relaciones de trabajo

2.7 Indemnización/reinstalación

3. Condiciones De Trabajo

3.1 Condiciones de trabajo y el principio de igualdad

3.2 Jornada de trabajo

3.3 Días de descanso

3.4 Vacaciones

3.5 Salario

3.6 Aguinaldo

3.7 Prima de Antigüedad

3.8 Participación en las utilidades de la empresa

4. Derechos Y Obligaciones De Los Patrones Y Trabajadores

4.1 Obligaciones de los patrones

4.2 Prohibiciones a los patrones

4.3 Obligaciones de los trabajadores

4.4 Prohibiciones a los trabajadores

4.5 Habitaciones para los trabajadores

4.6 De la Productividad, Formación y Capacitación de los Trabajadores

4.7 Derechos de preferencia, antigüedad y ascenso

4.8 Invenções de los trabajadores

4.9 Trabajo de mujeres y de los menores

4.10 Trabajos especiales

5. Relaciones Colectivas De Trabajo

5.1 Coaliciones

5.2 Sindicatos, Federaciones y Confederaciones

5.3 Contrato colectivo de trabajo

5.4 Contrato ley

5.5 Reglamento interior de trabajo

5.6 Modificación, suspensión y terminación colectiva de trabajo

5.7 Huelga

6. Riesgos de Trabajo

6.1 Riesgo de trabajo definición

6.2 Accidentes de trabajo definición

6.3 Enfermedades de trabajo

6.4 Resultados de los riesgos de trabajo

6.5 Incapacidades: temporal, permanente parcial, permanente total y muerte

6.6 Derechos que resultan de los riesgos de trabajo

4 MODELOS DE GESTIÓN DE CLUBES Y ENTIDADES DEPORTIVAS

Objetivo:

Caracterizar los distintos modelos de gestión aplicados a clubes y entidades deportivas, identificando sus estructuras organizativas, jurídicas y de propiedad, así como su impacto en la planificación estratégica y el desarrollo de proyectos deportivos, a fin de generar una propuesta de modelo de gestión para una entidad deportiva en particular.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Modelos organizativos en clubes y entidades deportivas

1.1 Modelos organizativos en clubes y entidades deportivas

1.1.1 Tipologías de clubes y entidades deportivas

1.1.2 Estructuras organizativas en el deporte

1.1.3 Evolución de los modelos organizativos en organizaciones deportivas

- 1.2 Gestión profesionalizada vs gestión tradicional
 - 1.2.1 Características de la gestión tradicional en clubes deportivos
 - 1.2.2 Principios de la gestión profesionalizada
 - 1.2.3 Impacto de la profesionalización en el rendimiento organizativo
- 1.3 Estructuras jurídicas y modelos de propiedad
 - 1.3.1 Formas jurídicas de las organizaciones deportivas
 - 1.3.2 Modelos de propiedad en clubes deportivos
 - 1.3.3 Implicaciones legales y de gestión de cada estructura
- 1.4 Análisis comparado de modelos internacionales
 - 1.4.1 Modelos de gestión en Europa
 - 1.4.2 Modelos de gestión en América
 - 1.4.3 Comparación de sistemas deportivos internacionales
- 1.5 Impacto del modelo de gestión en el proyecto deportivo
 - 1.5.1 Relación entre modelo organizativo y estrategia deportiva
 - 1.5.2 Influencia del modelo de gestión en la sostenibilidad del proyecto
 - 1.5.3 Evaluación del impacto del modelo de gestión en el desempeño deportivo

5 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES DEPORTIVAS

Objetivo:

Diferenciar críticamente los modelos de gestión aplicados a clubes y entidades deportivas, distinguiendo sus estructuras organizativas, jurídicas y de propiedad, así como su impacto en la planificación estratégica y el desarrollo de proyectos deportivos, aplicando diversas técnicas para generar una propuesta de modelo de dirección estratégica y gestión conforme a la evaluación de un caso de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Dirección estratégica aplicada a proyectos deportivos

- 1.1 Estrategia de empresa y de negocio
- 1.2 Concepto de estrategia empresarial
- 1.3 Estrategia corporativa y estrategia de negocio
- 1.4 Aplicación de la estrategia en organizaciones deportivas

2. Objetivos estratégicos de la empresa

- 2.1 Definición de objetivos estratégicos
- 2.2 Relación entre misión, visión y objetivos
- 2.3 Priorización de objetivos en organizaciones deportivas

3. El proceso estratégico

- 3.1 Análisis del entorno estratégico
- 3.2 Formulación de la estrategia
- 3.3 Implementación y seguimiento de la estrategia

4. La diversificación de productos como estrategia

- 4.1 Concepto de diversificación empresarial
- 4.2 Diversificación en el sector deportivo
- 4.3 Evaluación estratégica de nuevas líneas de negocio

5. Desarrollo de la estrategia

- 5.1 Diseño de planes estratégicos
- 5.2 Implementación de estrategias en organizaciones deportivas
- 5.3 Seguimiento y evaluación de resultados estratégicos

6. Cuadro de mando integral – CMI

- 6.1 Concepto y fundamentos del Cuadro de Mando Integral
- 6.2 Perspectivas del CMI aplicadas al deporte
- 6.3 Indicadores estratégicos y medición del desempeño

7. Aplicación del proceso estratégico al diseño de un proyecto deportivo real

- 7.1 Identificación de oportunidades estratégicas en el deporte
- 7.2 Diseño estratégico de un proyecto deportivo
- 7.3 Evaluación y ajuste de la estrategia del proyecto

8. Internacionalización y Fuentes de financiación de Organizaciones Deportivas

8.1 Rol del directivo deportivo y funciones ejecutivas

8.2 Perfil del directivo deportivo

8.2.1. Funciones estratégicas y operativas del directivo

8.2.3 Liderazgo en organizaciones deportivas

9. Pensamiento estratégico y toma de decisiones complejas

9.1 Enfoques de pensamiento estratégico

9.2 Análisis de escenarios y toma de decisiones

9.3 Gestión de la incertidumbre en el entorno deportivo

10. Visión global y liderazgo institucional

10.1 Liderazgo en entornos deportivos internacionales

10.2 Desarrollo de visión estratégica global

10.3 Coordinación institucional en organizaciones deportivas

11. Gestión del cambio en organizaciones deportivas

11.1 Procesos de cambio organizativo

11.2 Liderazgo del cambio en el deporte

11.3 Adaptación estratégica a entornos dinámicos

12. Responsabilidad y ética directiva

12.1 Principios de ética en la dirección deportiva

12.2 Responsabilidad social en organizaciones deportivas

12.3 Buen gobierno y transparencia en la gestión deportiva

13. Internacionalización de proyectos deportivos

13.1 Estrategias de expansión internacional

13.2 Adaptación a mercados deportivos internacionales

13.3 Gestión de proyectos deportivos en contextos globales

14. Business Case

14.1 Concepto y finalidad del Business Case

14.2 Estructura y elaboración de un Business Case

14.3 Evaluación estratégica y viabilidad del proyecto deportivo

6 MARCO LEGAL MERCANTIL

Objetivo:

Analizar los conceptos jurídicos mercantiles y comerciales de una empresa, delimitando estrategias para la correcta aplicación de la normativa local, nacional e internacional del Derecho Mercantil en transacciones que beneficien a la organización y a los colaboradores.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Generalidades

1.1. Antecedentes del Derecho Mercantil

1.2. Derecho Privado Unificado y Diferenciado

1.3. Concepto de Derecho Mercantil

1.4. Fuentes del Derecho Mercantil

1.5. Importancia del Derecho Mercantil en la Empresa

1.6. El Derecho Mercantil Internacional

2. Acto de Comercio

2.1. Concepto

2.2. Clasificación del Acto de Comercio

2.3. Descripción de los Actos de Comercio conforme al Código de Comercio

2.4. Acto Mercantil

2.5. Auxiliares Mercantiles

3. Sujetos del Derecho Mercantil

3.1. Sujeto

3.2. Clasificación

3.3. Concepto de Comerciante

- 3.4. Obligaciones de los Comerciantes
- 3.5. Limitaciones del ejercicio del Comercio
- 3.6. Cosas Mercantiles

4. Sociedades Mercantiles

- 4.1. Persona Moral
- 4.2. Asociación y Sociedad Civil
- 4.3. Sociedades Irregulares
- 4.4. Concepto de Sociedad Mercantil
- 4.5. Sociedades Extranjeras
- 4.6. Disolución y Liquidación de las Sociedades
- 4.7. Fusión, Escisión y Transformación de las Sociedades
- 4.8. Crisis de las Sociedades Mercantiles
- 4.9. Clasificación de las Sociedades Mercantiles conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles

5. Títulos y Operaciones de Crédito

- 5.1. Concepto
- 5.2. Letra de Cambio
- 5.3. Pagare
- 5.4. Cheque
- 5.5. Cetes
- 5.6. Bonos

7 GESTIÓN DEL ALCANCE Y PLANIFICACIÓN TEMPORAL

Objetivo:

Analizar los procesos de definición del alcance y planificación temporal en proyectos deportivos, distinguiendo las metodologías y herramientas necesarias para estructurar el trabajo, planificar las actividades y gestionar el tiempo dentro del ciclo de vida del proyecto, aplicándolas en la solución a un caso de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión del alcance del proyecto deportivo

- 1.1 Planificación de la gestión del alcance
 - 1.1.1 Definición del alcance del proyecto deportivo
 - 1.1.2 Identificación de entregables del proyecto
 - 1.1.3 Planificación de la gestión del alcance
- 1.2 Recopilación de requisitos
 - 1.2.1 Identificación de necesidades de los stakeholders
 - 1.2.2 Técnicas de recopilación de requisitos
 - 1.2.3 Documentación de requisitos del proyecto
- 1.3 Estructura desglosada y tareas EDT
 - 1.3.1 Concepto de estructura de desglose del trabajo (EDT)
 - 1.3.2 Identificación de paquetes de trabajo
 - 1.3.3 Organización jerárquica de las tareas del proyecto
- 1.4 Validación y control del alcance
 - 1.4.1 Validación de entregables del proyecto
 - 1.4.2 Control de cambios del alcance
 - 1.4.3 Seguimiento del cumplimiento de los entregables

2. Gestión del cronograma del proyecto deportivo

2.1 Planificación de la gestión del cronograma

- 2.1.1 Definición de criterios de planificación temporal
- 2.1.2 Herramientas de planificación del cronograma
- 2.1.3 Establecimiento del plan de gestión del cronograma

2.2 Definición de actividades

- 2.2.1 Identificación de actividades del proyecto
- 2.2.2 Desglose de tareas necesarias para el proyecto
- 2.2.3 Documentación de las actividades

2.3 Secuenciación de actividades

- 2.3.1 Identificación de dependencias entre actividades
- 2.3.2 Relaciones lógicas entre tareas
- 2.3.3 Representación de la secuencia de actividades

2.4 Estimación de la duración de las actividades

- 2.4.1 Métodos de estimación de duración
- 2.4.2 Factores que afectan a la duración de las actividades
- 2.4.3 Ajuste de estimaciones temporales

2.5 Desarrollo del cronograma

- 2.5.1 Elaboración del cronograma del proyecto
- 2.5.2 Representación gráfica del cronograma
- 2.5.3 Uso de herramientas de planificación

2.6 Control del cronograma

- 2.6.1 Seguimiento del avance del proyecto
- 2.6.2 Identificación de desviaciones temporales
- 2.6.3 Implementación de acciones correctivas

2.7 Aplicación práctica de planificación temporal en un proyecto deportivo

- 2.7.1 Diseño del cronograma de un proyecto deportivo
- 2.7.2 Análisis del cronograma del proyecto
- 2.7.3 Evaluación del resultado de la planificación temporal



Objetivo:

Aplicar los procesos de planificación y control organizativo en proyectos deportivos, resaltando el diseño organizativo, la coordinación entre áreas funcionales y la gestión económica y financiera necesaria para el desarrollo de proyectos deportivos, utilizándolos críticamente en la solución de un caso de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Planificación y control de gestión

1.1 Diseño organizativo y estructuras internas

1.1.1 Concepto de diseño organizativo

1.1.2 Tipos de estructuras organizativas

1.1.3 Adaptación de las estructuras organizativas al proyecto deportivo

1.2 Gestión de áreas deportivas, económicas y comerciales

1.2.1 Organización del área deportiva

1.2.2 Gestión del área económica

1.2.3 Gestión del área comercial en organizaciones deportivas

1.3 Coordinación interdepartamental

1.3.1 Mecanismos de coordinación organizativa

1.3.2 Integración de departamentos en proyectos deportivos

1.3.3 Comunicación interna entre áreas funcionales

1.4 Procesos internos y eficiencia organizativa

1.4.1 Identificación de procesos internos

1.4.2 Optimización de procesos organizativos

1.4.3 Evaluación de la eficiencia organizativa

1.5 Diseño de organigramas funcionales

1.5.1 Concepto y finalidad del organigrama

1.5.2 Tipologías de organigramas funcionales

1.5.3 Representación de estructuras organizativas

2. Control económico y gestión financiera de proyectos deportivos

2.1 Análisis del patrimonio social

2.1.1 Concepto de patrimonio social

2.1.2 Elementos que integran el patrimonio

2.1.3 Análisis del patrimonio en organizaciones deportivas

2.2 Método contable

2.2.1 Principios del método contable

2.2.2 Registro contable de operaciones

2.2.3 Aplicación del método contable en proyectos deportivos

2.3 Cuentas anuales

2.3.1 Balance de situación

2.3.2 Cuenta de resultados

2.3.3 Memoria económica

2.4 Gestión financiera a corto y largo plazo

2.4.1 Planificación financiera a corto plazo

2.4.2 Planificación financiera a largo plazo

2.4.3 Equilibrio financiero del proyecto

2.5 Período de maduración para proyectos

2.5.1 Concepto de período de maduración

2.5.2 Cálculo del período de maduración

2.5.3 Aplicación al análisis de proyectos deportivos

2.6 Información económica de un proyecto deportivo

2.6.1 Elaboración del presupuesto operativo

2.6.2 Seguimiento del presupuesto del proyecto

2.6.3 Análisis de desviaciones presupuestarias

9

GESTIÓN DEL COSTE EN PROYECTOS DEPORTIVOS

Objetivo:

Analizar los procesos de planificación, estimación y control de los costes en proyectos deportivos, determinando las herramientas de gestión financiera que permiten asegurar la viabilidad económica del proyecto y el control eficiente de los recursos, aplicándolos en la generación de una propuesta de gestión de costes, métodos de control y evaluación de los resultados económicos de un proyecto deportivo objeto de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión de los costes del proyecto deportivo

1.1 Planificación de la gestión de los costes

1.1.1 Planificación de la gestión de los costes del proyecto

1.1.2 Definición de criterios para la planificación de los costes

1.1.3 Herramientas para la planificación de la gestión de los costes

2. Estimación de los costes del proyecto

2.1 Identificación de los costes del proyecto

2.2 Técnicas de estimación de los costes del proyecto

2.3 Elaboración de estimaciones de los costes del proyecto

3. Determinación del presupuesto

3.1 Consolidación de las estimaciones de costes

3.2 Elaboración del presupuesto del proyecto

3.3 Asignación del presupuesto a las actividades del proyecto

4. Control de los costes del proyecto

4.1 Seguimiento de los costes del proyecto

4.2 Identificación de desviaciones en los costes del proyecto

4.3 Aplicación de acciones correctivas en los costes del proyecto

5. Métodos de control presupuestario

5.1 Aplicación de métodos de control presupuestario

5.2 Seguimiento del control presupuestario

5.3 Evaluación del control presupuestario

6. Análisis del valor ganado

6.1 Concepto de análisis del valor ganado

6.2 Indicadores del análisis del valor ganado

6.3 Interpretación del análisis del valor ganado

7. Aplicación práctica de gestión de costes en un proyecto deportivo

7.1 Diseño de la gestión de costes en un proyecto deportivo

7.2 Aplicación de métodos de control de costes en un proyecto deportivo

7.3 Evaluación de la gestión de costes en un proyecto deportivo



Objetivo:

Generar un proyecto de investigación producto de la aplicación de métodos y técnicas de investigación en el campo de la administración de empresas y organizaciones, partiendo de conceptualizaciones y análisis de su entorno de negocios para establecer las aproximaciones disciplinares y metodológicas que faciliten la aplicación del conocimiento en la búsqueda y consolidación de soluciones a una problemática determinada.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Los proyectos de investigación en el entorno administrativo

- 1.1 Aspectos metodológicos
- 1.2 Líneas de investigación en el campo de la administración
- 1.3 Estudios de corte cuantitativo en investigación en el campo de la administración
- 1.4 Estudios de corte cualitativo en investigación en el campo de la administración
- 1.5 Centros de investigación en el campo de la administración y sus orientaciones

2. Diseños de investigación experimental

- 2.1 Definición y características
- 2.2 Planteamiento del problema
- 2.3 Formulación de la hipótesis estocástica
- 2.4 Identificación de variables y definición de conceptos
- 2.5 Aparatos e instrumentos en investigación en el campo de la administración
- 2.6 Control de variables en los experimentos: validez interna y externa

- 2.7 Selección del diseño
- 2.8 Selección de los sujetos
- 2.9 Selección de los grupos: control y experimental
- 2.10 Procedimiento del diseño
- 2.11 Recolección de datos
- 2.12 Tratamiento estadístico de los datos
- 2.13 Conclusiones estadísticas
- 2.14 Derivación de los resultados a la hipótesis
- 2.15 Conclusiones
- 2.16 Reporte final

3. Diseños de investigación en el campo de la administración de corte cuasiexperimental

- 3.1 Definición y características
- 3.2 Estudio del problema: de causa a efecto o de efecto a causa
- 3.3 Análisis de posibles causas como condiciones suficientes
- 3.4 Formulación de la hipótesis de tipo estocástica
- 3.5 Identificación de variables y definición de conceptos
- 3.6 Indicadores (valores de las variables)
- 3.7 Selección de la muestra
- 3.8 Selección y construcción de los instrumentos o técnicas de recolección de datos, validación y confiabilidad
- 3.9 Control de las variables
- 3.10 Procedimientos del diseño
- 3.11 Recolección de datos
- 3.12 Tratamiento estadístico de los datos
- 3.13 Conclusiones estadísticas
- 3.14 Derivación de los resultados a las hipótesis
- 3.15 Conclusiones
- 3.16 Reporte final

11

DIRECCIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Objetivo:

Analizar los principios y fundamentos de la dirección de proyectos deportivos, resaltando el rol del director del proyecto, su relación con la estrategia organizacional y la aplicación del ciclo de vida del proyecto en el desarrollo de iniciativas dentro del sector deportivo, a fin de desarrollar una propuesta de solución a un caso de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Dirección de proyectos deportivos

- 1.1 El rol del director del proyecto
- 1.2 Funciones del director del proyecto
- 1.3 Responsabilidades del director del proyecto
- 1.4 Competencias del director del proyecto

2.2 Alineación estratégica entre empresa y proyectos

- 2.3 Impacto de la estrategia de empresa en la gestión de proyectos
- 3. Gestión de proyectos, gestión de operaciones y estrategia organizacional
 - 3.1 Diferencias entre gestión de proyectos y gestión de operaciones
 - 3.2 Relación entre gestión de proyectos y estrategia organizacional
 - 3.3 Integración de la gestión de proyectos en la estrategia organizacional

4. Estilos y culturas organizacionales

- 4.1 Tipos de estilos organizacionales
- 4.2 Tipos de culturas organizacionales
- 4.3 Influencia de los estilos y culturas organizacionales en los proyectos

5. Aplicación del ciclo de vida del proyecto a un proyecto deportivo tipo

- 5.1 Fases del ciclo de vida del proyecto
- 5.2 Aplicación del ciclo de vida del proyecto a un proyecto deportivo
- 5.3 Evaluación del ciclo de vida del proyecto en un proyecto deportivo tipo

12

ESTRATEGIA Y MARKETING DEL PROYECTO DEPORTIVO

Objetivo:

Evaluar las estrategias de marketing aplicadas al deporte, distinguiendo los procesos de diseño, posicionamiento y comercialización de proyectos deportivos en el mercado, generando una propuesta de plan de marketing estratégico para un caso determinado, detallando perfil y contexto de la empresa deportiva.

TEMAS Y SUBTEMAS

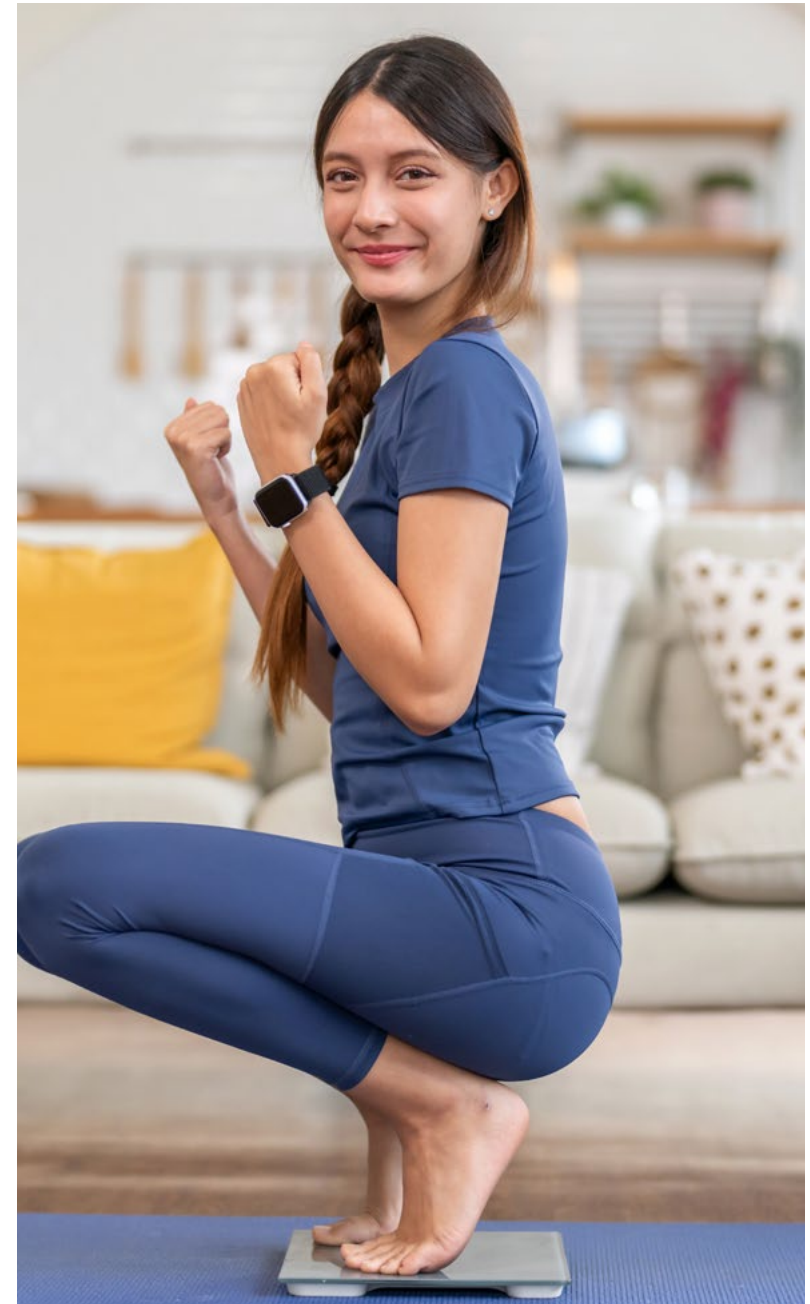
1. Marketing estratégico en el deporte

- 1.1 Concepto de marketing deportivo
 - 1.1.1 Definición de marketing deportivo
 - 1.1.2 Elementos del marketing deportivo
 - 1.1.3 Evolución del marketing deportivo
- 1.2 Análisis del mercado deportivo
 - 1.2.1 Identificación del mercado deportivo
 - 1.2.2 Análisis del entorno del mercado deportivo
 - 1.2.3 Evaluación de oportunidades en el mercado deportivo
- 1.3 Segmentación y posicionamiento en el deporte
 - 1.3.1 Segmentación del mercado deportivo
 - 1.3.2 Identificación de públicos objetivo
 - 1.3.3 Posicionamiento en el mercado deportivo

- 1.4 Estrategias de marketing aplicadas al deporte
 - 1.4.1 Definición de estrategias de marketing en el deporte
 - 1.4.2 Selección de estrategias de marketing aplicadas al deporte
 - 1.4.3 Evaluación de estrategias de marketing aplicadas al deporte
- 1.5 Diseño de propuestas de valor en proyectos deportivos
 - 1.5.1 Identificación de propuestas de valor en proyectos deportivos
 - 1.5.2 Desarrollo de propuestas de valor en proyectos deportivos
 - 1.5.3 Evaluación de propuestas de valor en proyectos deportivos

2. Comercialización y promoción de proyectos deportivos

- 2.1 Estrategias de comunicación y promoción
 - 2.1.1 Definición de estrategias de comunicación y promoción
 - 2.1.2 Aplicación de estrategias de comunicación y promoción
 - 2.1.3 Evaluación de estrategias de comunicación y promoción
- 2.2 Gestión de patrocinio deportivo
 - 2.2.1 Identificación de oportunidades de patrocinio deportivo
 - 2.2.2 Desarrollo de acuerdos de patrocinio deportivo
 - 2.2.3 Evaluación de la gestión de patrocinio deportivo
- 2.3 Marketing digital en el deporte
 - 2.3.1 Herramientas de marketing digital en el deporte
 - 2.3.2 Estrategias de marketing digital en el deporte
 - 2.3.3 Evaluación del marketing digital en el deporte
- 2.4 Gestión de relaciones con los aficionados
 - 2.4.1 Identificación de los aficionados
 - 2.4.2 Estrategias de gestión de relaciones con los aficionados
 - 2.4.3 Evaluación de la gestión de relaciones con los aficionados
- 2.5 Diseño de un plan de marketing para un proyecto deportivo
 - 2.5.1 Definición del plan de marketing para un proyecto deportivo
 - 2.5.2 Desarrollo del plan de marketing para un proyecto deportivo
 - 2.5.3 Evaluación del plan de marketing para un proyecto deportivo



13

CONSTRUCCIÓN DE MARCA DEPORTIVA Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Objetivo:

Distinguir los procesos de construcción de marca en el sector deportivo, analizando las estrategias de posicionamiento, comunicación y gestión de la identidad de marca aplicadas a proyectos y organizaciones deportivas, para dar solución a un caso de estudio que integre las estrategias que promuevan el posicionamiento de una marca deportiva en el mercado.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Construcción de marca en el deporte

1.1 Concepto de marca deportiva

- 1.1.1 Definición de marca
- 1.1.2 Elementos de la marca
- 1.1.3 Función de la marca

1.2 Identidad e imagen de marca en el deporte

- 1.2.1 Identidad de marca en el deporte
- 1.2.2 Imagen de marca en el deporte
- 1.2.3 Relación entre identidad e imagen de marca en el deporte

1.3 Elementos estratégicos de la marca deportiva

- 1.3.1 Identificación de elementos estratégicos
- 1.3.2 Desarrollo de elementos estratégicos
- 1.3.3 Evaluación de elementos estratégicos

1.4 Gestión de la reputación y la identidad corporativa

- 1.4.1 Gestión de la reputación
- 1.4.2 Gestión de la identidad corporativa
- 1.4.3 Relación entre reputación e identidad corporativa

1.5 Estrategias de posicionamiento de marca

- 1.5.1 Definición de estrategias de posicionamiento
- 1.5.2 Aplicación de estrategias de posicionamiento
- 1.5.3 Evaluación de estrategias de posicionamiento

2. Posicionamiento de marca en el mercado deportivo

2.1 Análisis del entorno competitivo

- 2.1.1 Identificación del entorno
- 2.1.2 Análisis del entorno
- 2.1.3 Evaluación del entorno

2.2 Estrategias de diferenciación en el deporte

- 2.2.1 Identificación de estrategias
- 2.2.2 Aplicación de estrategias
- 2.2.3 Evaluación de estrategias

2.3 Comunicación estratégica de la marca deportiva

- 2.3.1 Definición de comunicación estratégica
- 2.3.2 Aplicación de comunicación estratégica
- 2.3.3 Evaluación de comunicación estratégica

2.4 Experiencia del consumidor y engagement

- 2.4.1 Identificación de la experiencia
- 2.4.2 Gestión de la experiencia
- 2.4.3 Evaluación del engagement

2.5 Desarrollo de una estrategia de posicionamiento de marca deportiva

- 2.5.1 Definición de la estrategia
- 2.5.2 Desarrollo de la estrategia
- 2.5.3 Evaluación de la estrategia

14 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS

Objetivo:

Valorar los factores de oportunidad y riesgo en la planeación e implantación de proyectos de negocios, generando una propuesta de empresa conforme al diagnóstico de las potencialidades de los sectores dentro de un contexto determinado y la aplicación de las bases de la investigación y métodos propios del campo de las ciencias económico- administrativas.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Plan de Negocio

- 1.1. Descripción de los promotores
- 1.2. Breve descripción del proyecto y de la empresa
- 1.3. Descripción de la idea de negocio

2. Plan Jurídico-Legal

- 2.1. Forma jurídica adecuada
- 2.2. Obligaciones fiscales
- 2.3. Trámites en la constitución y puesta en marcha

3. Plan de Marketing

- 3.1. Análisis del sector y competidores
- 3.2. Análisis de los consumidores
- 3.3. Análisis de proveedores y distribuidores
- 3.4. Análisis DAFO
- 3.5. Estrategia de segmentación, definición del público objetivo y posicionamiento
- 3.6. Plan de Marketing Operativo (Marketing-mix)

4. Plan de Producción y Operaciones

- 4.1. Localización
- 4.2. Descripción del proceso productivo
- 4.3. Infraestructuras necesarias
- 4.4. Costes de operación

5. Plan Económico-Financiero

- 5.1. Cálculo de datos
- 5.2. Hipótesis del plan de negocio
- 5.3. Estimación de ingresos
- 5.4. Estimación de costes
- 5.5. Estimación de inversiones
- 5.6. Estimación de financiación
- 5.7. Políticas de circulante
- 5.8. Análisis económico-financiero del plan de negocios
- 5.9. Análisis de riesgos
- 5.10. Punto muerto
- 5.11. Análisis de riesgos
- 5.12. Análisis comparativo de la empresa
- 5.13. Valoración de la empresa

6. Plan Estratégico de la Compañía

- 6.1. Identificación de la visión y misión
- 6.2. Análisis de situación
- 6.3. Análisis interno
- 6.4. Análisis externo
- 6.5. Análisis DAFO
- 6.6. La matriz MCPE
- 6.7. Definir las estrategias corporativas
- 6.8. Definir las estrategias competitivas
- 6.9. Implantar la estrategia
- 6.10. Designar el/los responsable/s de la implantación estratégica
- 6.11. Elaborar un cronograma de las acciones propuestas
- 6.12. Designar los recursos para la ejecución de la estrategia.
- 6.13. Elaborar un Cuadro de Mando Integral.
- 6.14. Controlar
- 6.15. Fijar indicadores de control y medir los resultados

7. Plan de Contingencias

- 7.1. Analizar los escenarios
- 7.2. Conocer las consecuencias derivadas de ellos
- 7.3. Identificar las medidas a adoptar

15

RECURSOS HUMANOS DEL PROYECTO DEPORTIVO

Objetivo:

Valorar los procesos de gestión de recursos humanos en proyectos deportivos, distinguiendo la planificación del equipo, la definición de roles y responsabilidades y el desarrollo de equipos de trabajo orientados al logro de los objetivos del proyecto, a fin de generar la solución a un caso de estudio determinado.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión de recursos humanos del proyecto deportivo

- 1.1 Gestión de recursos humanos del proyecto
- 1.2 Concepto de gestión de recursos humanos del proyecto
- 1.3 Elementos de la gestión de recursos humanos del proyecto
- 1.4 Importancia de la gestión de recursos humanos del proyecto

2. Planificación de la gestión de recursos humanos

- 2.1 Definición de la planificación de la gestión de recursos humanos
- 2.2 Identificación de necesidades de recursos humanos
- 2.3 Elaboración del plan de gestión de recursos humanos

3. Selección del equipo del proyecto

- 3.1 Identificación de perfiles para el equipo del proyecto
- 3.2 Proceso de selección del equipo del proyecto
- 3.3 Integración del equipo del proyecto

4. Desarrollo y dirección del equipo

- 4.1 Desarrollo del equipo del proyecto
- 4.2 Dirección del equipo del proyecto
- 4.3 Evaluación del desempeño del equipo

5. Definición de roles, responsabilidades y organización del equipo en un proyecto deportivo

- 5.1 Identificación de roles en el equipo del proyecto
- 5.2 Definición de responsabilidades del equipo del proyecto
- 5.3 Organización del equipo en un proyecto deportivo

16

GESTIÓN DE CALIDAD Y RIESGOS

Objetivo:

Analizar los procesos de gestión de calidad y riesgos en proyectos deportivos, resaltando las herramientas y metodologías necesarias para asegurar el cumplimiento de estándares de calidad y la adecuada gestión de los riesgos asociados al proyecto, a fin de dar solución a un caso de estudio determinado.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión de calidad en proyectos deportivos

- 1.1 Concepto de calidad en proyectos
 - 1.1.1 Definición de calidad en proyectos
 - 1.1.2 Elementos de la calidad en proyectos
 - 1.1.3 Importancia de la calidad en proyectos
- 1.2 Planificación de la gestión de calidad
 - 1.2.1 Definición de la planificación de la gestión de calidad
 - 1.2.2 Identificación de criterios de calidad
 - 1.2.3 Elaboración del plan de gestión de calidad
- 1.3 Aseguramiento de la calidad
 - 1.3.1 Concepto de aseguramiento de la calidad
 - 1.3.2 Procesos de aseguramiento de la calidad
 - 1.3.3 Evaluación del aseguramiento de la calidad
- 1.4 Control de calidad
 - 1.4.1 Procedimientos de control de calidad
 - 1.4.2 Seguimiento del control de calidad
 - 1.4.3 Evaluación del control de calidad

- 1.5 Mejora continua en proyectos deportivos
 - 1.5.1 Concepto de mejora continua en proyectos deportivos
 - 1.5.2 Aplicación de la mejora continua en proyectos deportivos
 - 1.5.3 Evaluación de la mejora continua en proyectos deportivos

2. Gestión de riesgos en proyectos deportivos

- 2.1 Concepto de riesgo en proyectos
 - 2.1.1 Definición de riesgo en proyectos
 - 2.1.2 Tipos de riesgos en proyectos
 - 2.1.3 Impacto de los riesgos en proyectos
- 2.2 Identificación de riesgos
 - 2.2.1 Procedimientos de identificación de riesgos
 - 2.2.2 Herramientas para la identificación de riesgos
 - 2.2.3 Registro de riesgos
- 2.3 Análisis cualitativo y cuantitativo de riesgos
 - 2.3.1 Análisis cualitativo de riesgos
 - 2.3.2 Análisis cuantitativo de riesgos
 - 2.3.3 Evaluación de los riesgos
- 2.4 Planificación de respuestas a riesgos
 - 2.4.1 Estrategias de respuesta a riesgos
 - 2.4.2 Desarrollo de planes de respuesta a riesgos
 - 2.4.3 Aplicación de respuestas a riesgos
- 2.5 Monitoreo y control de riesgos
 - 2.5.1 Seguimiento de riesgos
 - 2.5.2 Control de riesgos
 - 2.5.3 Evaluación del monitoreo y control de riesgos

17 COMUNICACIÓN Y RELACIÓN CON STAKEHOLDERS

Objetivo:

Analizar los procesos de comunicación en proyectos deportivos, comprendiendo las estrategias de gestión de la información, la relación con los grupos de interés y las herramientas necesarias para asegurar una comunicación efectiva entre los diferentes actores del proyecto, a fin de generar un plan de gestión de stakeholders, los procesos de comunicación y la evaluación del compromiso de los principales actores.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión de la comunicación en proyectos deportivos

- 1.1 Concepto de comunicación en proyectos
 - 1.1.1 Definición de comunicación
 - 1.1.2 Elementos de la comunicación
 - 1.1.3 Importancia de la comunicación
- 1.2 Planificación de la gestión de las comunicaciones
 - 1.2.1 Definición de la planificación de la gestión
 - 1.2.2 Identificación de necesidades de comunicación
 - 1.2.3 Elaboración del plan de comunicaciones
- 1.3 Gestión de la información del proyecto
 - 1.3.1 Identificación de la información
 - 1.3.2 Organización de la información
 - 1.3.3 Registro de la información
- 1.4 Distribución de la información
 - 1.4.1 Procedimientos de distribución de la información
 - 1.4.2 Herramientas para la distribución
 - 1.4.3 Seguimiento de la distribución de la información

1.5 Monitoreo y control de las comunicaciones

- 1.5.1 Seguimiento de las comunicaciones
- 1.5.2 Control de las comunicaciones
- 1.5.3 Evaluación de las comunicaciones

2. Gestión de stakeholders en proyectos deportivos

- 2.1 Identificación de stakeholders
 - 2.1.1 Identificación de stakeholders del proyecto
 - 2.1.2 Clasificación de stakeholders
 - 2.1.3 Registro de stakeholders
- 2.2 Análisis de stakeholders
 - 2.2.1 Análisis de stakeholders del proyecto
 - 2.2.2 Evaluación de intereses de stakeholders
 - 2.2.3 Evaluación de influencia de stakeholders
- 2.3 Planificación de la gestión de stakeholders
 - 2.3.1 Definición de la planificación de la gestión de stakeholders
 - 2.3.2 Elaboración del plan de gestión de stakeholders
 - 2.3.3 Aplicación del plan de gestión de stakeholders
- 2.4 Estrategias de comunicación con stakeholders
 - 2.4.1 Identificación de estrategias de comunicación con stakeholders
 - 2.4.2 Aplicación de estrategias de comunicación con stakeholders
 - 2.4.3 Evaluación de estrategias de comunicación con stakeholders
- 2.5 Gestión del compromiso de los stakeholders
 - 2.5.1 Identificación del compromiso de los stakeholders
 - 2.5.2 Desarrollo del compromiso de los stakeholders
 - 2.5.3 Evaluación del compromiso de los stakeholders

18

INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

Objetivo:

Determinar los factores técnicos mínimos de la administración de negocios para generar la solución a casos específicos conforme a diferentes contextos de desarrollo social y económico, fundamentando sus propuestas conforme a la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Aspectos Preliminares del Plan De Negocio

- 1.1. Objetivos del Plan de Negocios
- 1.2. Responsables
- 1.3. Estructura
- 1.4. Forma de Presentación

2. Presentación del Proyecto

- 2.1. Resumen del Proyecto
- 2.2. Evolución del Proyecto: Orígenes y Actualidad
- 2.3. Presentación de Promotores
- 2.4. Valoración del Proyecto: Puntos Fuertes y Débiles

3. Plan de Marketing

- 3.1. Definición de Producto
- 3.2. Análisis del Mercado
- 3.3. Análisis de La Competencia
- 3.4. Previsión de Ventas
- 3.5. Plan de Marketing
- 3.6. Punto Muerto o Umbral de Rentabilidad
- 3.7. Determinación del Precio de Venta

4. Plan de Producción y Compras

- 4.1. Plan de Compras

- 4.2. Proceso de Fabricación
- 4.3. Tecnología Aplicada
- 4.4. Capacidad de Producción
- 4.5. Gestión de Stock
- 4.6. Proveedores
- 4.7. Estrategias de Crecimiento

5. Organización y Recursos Humanos

- 5.1. Socios
- 5.2. Organización
- 5.3. Recursos Humanos
- 5.4. Asesores Externos

6. Área Jurídico-Fiscal

- 6.1. Forma Jurídica
- 6.2. Obligaciones Fiscales
- 6.3. Obligaciones Laborales
- 6.4. Permisos y Licencias

7. Área Económico Financiera

- 7.1. Plan de Inversiones Iniciales
- 7.2. Plan de Financiación
- 7.3. Sistema de Cobro a Clientes y Pago a Proveedores
- 7.4. Presupuesto de Tesorería
- 7.5. Previsión de La Cuenta De Resultados
- 7.6. Balance de Situación
- 7.7. Punto de Equilibrio
- 7.8.- Ratios de Rentabilidad



Objetivo:

Valorar críticamente los diversos procesos de planificación, organización y ejecución de eventos deportivos, determinando las herramientas de gestión idóneas y necesarias para coordinar recursos, actores y actividades involucradas en la realización de eventos en el ámbito deportivo, generando una propuesta específica de evento deportivo conforme a un contexto y temporada de competencia determinada.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Planificación de eventos deportivos

1.1 Concepto de evento deportivo

1.1.1 Definición de evento deportivo

1.1.2 Elementos de un evento deportivo

1.1.3 Importancia del evento deportivo

1.2 Tipologías de eventos deportivos

1.2.1 Clasificación de eventos deportivos

1.2.2 Tipos de eventos deportivos según su alcance

1.2.3 Tipos de eventos deportivos según su organización

1.3 Planificación estratégica de eventos

1.3.1 Definición de la planificación estratégica

1.3.2 Elementos de la planificación

1.3.3 Desarrollo de la planificación estratégica de eventos

1.4 Diseño del proyecto de evento deportivo

1.4.1 Definición del proyecto

1.4.2 Desarrollo del proyecto

1.4.3 Evaluación del proyecto

1.5 Planificación operativa del evento

1.5.1 Identificación de actividades del evento

1.5.2 Organización de recursos del evento

1.5.3 Programación operativa del evento

2. Organización y ejecución de eventos deportivos

2.1 Gestión de recursos en eventos deportivos

2.1.1 Identificación de recursos

2.1.2 Asignación de recursos

2.1.3 Control de recursos

2.2 Coordinación de equipos y proveedores

2.2.1 Identificación de equipos y proveedores

2.2.2 Organización de equipos y proveedores

2.2.3 Seguimiento de equipos y proveedores

2.3 Gestión logística del evento

2.3.1 Planificación logística del evento

2.3.2 Organización logística del evento

2.3.3 Control logístico del evento

2.4 Control y seguimiento del evento

2.4.1 Seguimiento de la ejecución del evento

2.4.2 Control del desarrollo del evento

2.4.3 Evaluación del seguimiento del evento

2.5 Evaluación y cierre del evento deportivo

2.5.1 Evaluación del evento deportivo

2.5.2 Cierre del evento deportivo

2.5.3 Informe de cierre del evento deportivo

20 GESTIÓN DE LA SEGURIDAD EN EVENTOS E INSTALACIONES DEPORTIVAS

Objetivo:

Distinguir los principios y estrategias de seguridad aplicados a eventos e instalaciones deportivas, analizando los factores de la planificación, gestión y control de riesgos asociados a la organización y desarrollo de actividades deportivas, a fin de generar una estrategia de seguridad y técnicas de evaluación continua que deriven en alertas y mejora conforme al desarrollo del evento deportivo,

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Seguridad en eventos deportivos

- 1.1 Concepto de seguridad en eventos
 - 1.1.1 Definición de seguridad en eventos
 - 1.1.2 Elementos de la seguridad
 - 1.1.3 Importancia de la seguridad
- 1.2 Identificación de riesgos en eventos deportivos
 - 1.2.1 Identificación de riesgos
 - 1.2.2 Clasificación de riesgos
 - 1.2.3 Evaluación de riesgos en eventos deportivos
- 1.3 Planificación de la seguridad en eventos
 - 1.3.1 Definición de la planificación
 - 1.3.2 Elementos de la planificación
 - 1.3.3 Elaboración del plan de seguridad en eventos
- 1.4 Protocolos de actuación en situaciones de emergencia
 - 1.4.1 Identificación de situaciones de emergencia
 - 1.4.2 Desarrollo de protocolos de actuación en situaciones de emergencia
 - 1.4.3 Aplicación de protocolos de actuación en situaciones de emergencia

- 1.5 Coordinación con autoridades y servicios de seguridad
 - 1.5.1 Identificación de autoridades y servicios de seguridad
 - 1.5.2 Coordinación con autoridades y servicios de seguridad
 - 1.5.3 Evaluación de la coordinación con autoridades y servicios de seguridad

2. Seguridad en instalaciones deportivas

- 2.1 Normativa de seguridad en instalaciones deportivas
 - 2.1.1 Identificación de normativa de seguridad
 - 2.1.2 Aplicación de normativa de seguridad
 - 2.1.3 Evaluación del cumplimiento de normativa de seguridad en instalaciones deportivas
- 2.2 Gestión de riesgos en instalaciones deportivas
 - 2.2.1 Identificación de riesgos
 - 2.2.2 Evaluación de riesgos
 - 2.2.3 Control de riesgos en instalaciones deportivas
- 2.3 Planes de autoprotección
 - 2.3.1 Definición de planes de autoprotección
 - 2.3.2 Desarrollo de planes de autoprotección
 - 2.3.3 Aplicación de planes de autoprotección
- 2.4 Control de accesos y seguridad del público
 - 2.4.1 Identificación de sistemas de control de accesos
 - 2.4.2 Gestión de accesos del público
 - 2.4.3 Supervisión del control de accesos
- 2.5 Evaluación de la seguridad en instalaciones deportivas
 - 2.5.1 Evaluación de la seguridad
 - 2.5.2 Análisis de la seguridad
 - 2.5.3 Mejora de la seguridad en instalaciones deportivas

21 GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN Y CIERRE DEL PROYECTO DEPORTIVO

Objetivo:

Analizar los procesos de gestión de la integración en proyectos deportivos, resaltando los mecanismos de coordinación entre las diferentes áreas del proyecto, la dirección estratégica del mismo y la integración de los distintos procesos de gestión para asegurar el cumplimiento de los objetivos del proyecto, aplicándolos en la resolución de un caso de estudio.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Gestión de la integración del proyecto

1.1 Concepto de integración del proyecto

- 1.1.1 Definición de integración del proyecto
- 1.1.2 Elementos de la integración del proyecto
- 1.1.3 Importancia de la integración del proyecto

1.2 Desarrollo del acta de constitución del proyecto

- 1.2.1 Definición del acta de constitución del proyecto
- 1.2.2 Elementos del acta de constitución del proyecto
- 1.2.3 Elaboración del acta de constitución del proyecto

1.3 Desarrollo del plan para la dirección del proyecto

- 1.3.1 Definición del plan para la dirección del proyecto
- 1.3.2 Elementos del plan para la dirección del proyecto
- 1.3.3 Elaboración del plan para la dirección del proyecto

1.4 Dirección y gestión de la ejecución del proyecto

- 1.4.1 Dirección de la ejecución del proyecto
- 1.4.2 Gestión de la ejecución del proyecto
- 1.4.3 Seguimiento de la ejecución del proyecto

1.5 Gestión del conocimiento del proyecto

- 1.5.1 Identificación del conocimiento del proyecto
- 1.5.2 Gestión del conocimiento del proyecto
- 1.5.3 Aplicación del conocimiento del proyecto

2. Control integrado del proyecto

2.1 Monitoreo y control del trabajo del proyecto

- 2.1.1 Monitoreo del trabajo del proyecto
- 2.1.2 Control del trabajo del proyecto
- 2.1.3 Evaluación del trabajo del proyecto

2.2 Control integrado de cambios

- 2.2.1 Identificación de cambios en el proyecto
- 2.2.2 Evaluación de cambios en el proyecto
- 2.2.3 Gestión del control integrado de cambios

2.3 Cierre del proyecto o fase

- 2.3.1 Procedimiento de cierre del proyecto o fase
- 2.3.2 Documentación del cierre del proyecto o fase
- 2.3.3 Evaluación del cierre del proyecto o fase

2.4 Integración de procesos de gestión del proyecto

- 2.4.1 Identificación de procesos de gestión del proyecto
- 2.4.2 Coordinación de procesos de gestión del proyecto
- 2.4.3 Evaluación de la integración de procesos de gestión del proyecto

2.5 Aplicación de la gestión de la integración en un proyecto deportivo

- 2.5.1 Aplicación de la gestión de la integración en un proyecto deportivo
- 2.5.2 Desarrollo de la gestión de la integración en un proyecto deportivo
- 2.5.3 Evaluación de la gestión de la integración en un proyecto deportivo

22 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE NEGOCIOS

Objetivo:

Diagnosticar las condiciones de negocio de las empresas conforme a sus trayectorias y contextos, aplicando las técnicas básicas de evaluación y delimitación de riesgo para generar reportes técnicos conforme a casos específicos, valorando en el desarrollo de su análisis la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. Resumen ejecutivo

- 1.1. Claridad
- 1.2. Redacción
- 1.3. Descripción
- 1.4. Actualización

2. Estudio de mercado

- 2.1. Análisis del tamaño, estructura y tendencias del mercado
- 2.2. Metodología
- 2.3. Cifras y estadísticas
- 2.4. Toma de decisiones basada en el estudio de mercado

3. Descripción comercial y técnica

- 3.1. Ventajas competitivas
- 3.2. Proyecciones de ventas
- 3.3. Viabilidad técnica
- 3.4. Viabilidad de costos

4. Plan de compras

- 4.1. Definición de materias primas
- 4.2. Proveedores
- 4.3. Descuentos, periodos de pagos y plazos de entrega
- 4.4. Prácticas habituales del sector

5. Estructura organizativa

- 5.1. Requerimientos de Factor Humano
- 5.2. Perfiles y suficiencia de personal
- 5.3. Estimación de salario

6. Marco legal

- 6.1. Formas jurídicas
- 6.2. Registro de marca

7. Evaluación del riesgo

- 7.1. Metodología
- 7.2. Alternativas y soluciones

8. Conclusiones



UNIVERSIDAD
EUDE