

DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

+

PERIODISMO DEPORTIVO

esneca
BUSINESS SCHOOL

MAS712

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



aen
asociación española
de escuelas de negocios



DESTINATARIOS

El **Máster en Dirección de Comunicación y Periodismo Deportivo** está destinado a todas aquellas personas que pretendan adquirir todos los conocimientos necesarios en este ámbito profesional y poder desarrollarlos de forma eficiente en el mundo laboral.

Permita al alumnado adquirir las habilidades profesionales para utilizar técnicas básicas de comunicación oral y escrita, así como identificar los medios informáticos que intervienen en la gestión de la comunicación empresarial. Además, se profundizará en la comunicación empresarial relacionada con el mundo deportivo, así como todo lo relacionado con el periodismo deportivo, el marketing deportivo, las redes sociales, entre otros conocimientos.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H



MODALIDAD
A DISTANCIA / ONLINE

*Ambas modalidades incluyen módulos con clases en directo



CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO

*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2380€

VALOR ACTUAL: 595€


CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN + PERIODISMO DEPORTIVO**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

REDES SOCIALES

 www.facebook.com/esnecaschool

 linkedin.com/school/esneca-business-school

 [@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)

 www.esneca.com

 www.twitter.com/ESNECA

 www.esneca.com/blog

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

UNIDAD FORMATIVA 1. COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES PROFESIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES PROFESIONALES DE RECEPCIÓN Y TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN

1. La comunicación como proceso.
 - Funciones.
 - Elementos.
 - Diferencia entre información y comunicación.
 - Fases de la comunicación.
 - Lenguajes utilizados para comunicaciones.
 - Clases de comunicación: auditivas, visuales y táctiles.
 - Selección y organización del contenido de mensajes.
2. Técnicas de comunicación efectiva.
 - Factores que influyen en los comportamientos y señales de escucha.
 - Barreras y dificultades.
 - Soluciones.
 - Comunicaciones eficaces: feed-back, escucha empática y activa.
3. La comunicación y la empresa.
 - Principios de la comunicación.
 - Formas de comunicación en la empresa: interna y externa.
 - Comunicaciones internas: verticales, transversales y formales e informales.
 - Comunicaciones externas: entrada y salida.
 - Medios empleados en las comunicaciones empresariales.
 - Comunicaciones urgentes.
4. Los flujos de comunicación:
 - Diagramas de flujo.
 - Información gráfica.
5. Pautas de comunicación e imagen corporativa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PAUTAS DE COMPORTAMIENTO ASERTIVO EN SITUACIONES DE TRABAJO

1. Estilos de respuesta en la interacción verbal:
 - Asertivo
 - Agresivo.
 - No asertivo.
2. El comportamiento verbal.
3. El comportamiento no verbal.
4. Principales técnicas de asertividad: disco rayado, banco de niebla, aserción negativa, interrogación negativa, autorrevelación, libre información, compromiso viable.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS CONFLICTOS CON PERSONAS INTERNAS O EXTERNAS DE LA EMPRESA

1. El conflicto en las relaciones de trabajo.
 - Características de los conflictos.
 - Tipos de conflictos: grupal, individual, normativo económico, pacífico, violento, positivo, negativo.
2. Tratamiento de los conflictos.
 - Identificación del conflicto.
 - Causas y consecuencias de los conflictos.
 - Conflictos relacionados con la tarea.
 - Conflictos relacionados con las relaciones interpersonales.
 - Comportamientos y señales básicas.
 - Pautas de actuación personal como forma de solución: el diálogo.
 - El conflicto como oportunidad de cambio.

UNIDAD FORMATIVA 2. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN ORAL

1. El lenguaje oral.
 - Concepto y características.
 - Características de los mensajes orales.
 - Elementos de la comunicación oral.
 - Funciones de la comunicación oral.
 - Clases de comunicación oral: inmediatas, individuales o colectivas.
 - Planificación de la comunicación oral.
 - Formas de comunicación oral: entrevista, reunión, debate.
2. La comunicación no verbal.
 - Los mensajes en la comunicación no verbal: voluntarios e involuntarios.
 - Recursos no verbales en la comunicación oral: entonación, gestuales y espaciales.
 - Aspectos importantes en la comunicación no verbal: mirada, postura, gestos.
3. La comunicación verbal y no verbal en la comunicación presencial.
 - Pautas de comportamiento e imagen corporativa.
 - Normas para conversar.
 - Reglas para escuchar.
 - Criterios de calidad: empatía, amabilidad.
 - Tratamiento de las objeciones.
 - Las quejas y reclamaciones.
4. La comunicación telefónica.
 - El teléfono en la actividad empresarial.
 - Pautas de atención telefónica en la empresa: voz, sonrisa, silencio, expresión, etc.
 - Reglas para efectuar una llamada de teléfono.
 - Pasos para contestar una llamada de teléfono.
 - Protocolos de tratamiento.
 - Barreras y dificultades en la transmisión de información.
 - Tipos de llamadas telefónicas.
 - Sistemas de comunicación telefónica en la empresa.
 - Búsqueda de información telefónica.
5. Normas de seguridad, registro y confidencialidad en la comunicación presencial y telefónica.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

1. La escritura como medio de comunicación.
 - El mensaje escrito: concepto.
 - Características del mensaje escrito.
 - Tipos de comunicaciones escritas.
 - Principios en la redacción para la eficacia del mensaje escrito.
 - Planificación de los textos.
 - La corrección sintáctica y gramatical.
 - Los signos de puntuación.
 - Las abreviaturas y siglas.
2. Equipos y sistemas de comunicación escrita.
 - Los sistemas de comunicación: concepto.
 - El ordenador.
 - Otras herramientas de comunicación: fax.
3. Comunicaciones escritas internas de carácter breve.
 - Concepto.
 - Tipos de comunicaciones internas.
 - Los avisos: concepto y forma de elaboración.
 - Los rótulos: tipos de soporte y papeles, instrumentos y técnicas.
 - Los comunicados de régimen interior: concepto y forma de elaboración.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. APLICACIONES Y MEDIOS INFORMÁTICOS QUE INTERVIENEN EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. El correo electrónico:
 - Elementos que lo componen.
 - Envío de correos.
 - Recepción de correos.
 - Archivo de correos.
2. La agenda electrónica:
 - Contactos.
 - Tareas.
 - Notas.
 - Calendario.
3. Procesador de texto:
 - Estructura de un procesador de texto.
 - Funciones de un procesador de texto.
 - Gestión de documentos.
 - Modelos de documentos: fax, memorandum, etc.
 - Aplicación de formato a documentos.
 - Edición de documentos.
 - Impresión de documentos.

PARTE 2. LA PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DEPORTIVA

MÓDULO 1. TEÓRICO/PRÁCTICO.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL DEPORTE EN LA ACTUALIDAD

1. Introducción
2. Carta verde del deporte
3. Deporte y sociedad
4. Beneficios del deporte y el ejercicio físico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INSTALACIÓN DEPORTIVA EN BASE AL CENSO NACIONAL

1. La práctica deportiva I
2. La práctica deportiva II
3. Metodología y terminología utilizada
4. Tipos de instalaciones deportivas. Manual de interpretación del Censo Nacional de instalaciones deportivas.2005
5. La utilización de energías renovables en las instalaciones deportivas
6. Tipologías de espacios deportivos convencionales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEY ESTATAL DEL DEPORTE I

1. Principios generales
2. El consejo superior de deportes
3. Las asociaciones deportivas
4. De las competiciones
5. El comité olímpico y el comité paralímpico españoles.
6. El deporte de alto nivel
7. Investigaciones y enseñanzas deportivas
8. Control de las sustancias y métodos prohibidos en el deporte y seguridad en la práctica deportiva

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LEY ESTATAL DEL DEPORTE II

1. Prevención de la violencia en los espectáculos deportivos
2. Instalaciones deportivas
3. La disciplina deportiva
4. Asamblea general del deporte
5. Conciliación extrajudicial en el deporte
6. Disposiciones generales
7. Disposiciones transitorias
8. Disposiciones finales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PLANIFICACIÓN DEPORTIVA

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE UNA INSTALACIÓN DEPORTIVA

1. Introducción
2. La planificación de una instalación deportiva: fases y principios generales
3. Criterios básicos de diseño
4. El proceso de diseño de una instalación deportiva y la organización funcional de los espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA

1. Dirección de infraestructura deportiva
2. Subdirección de infraestructura deportiva
3. Departamento de mantenimiento de infraestructura
4. Subdirección de planeación y proyectos
5. Departamento de seguimiento
6. Subdirección de administración y finanzas
7. Departamento de recursos materiales
8. Departamento de recursos financieros
9. Departamento de recursos humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLANIFICACIÓN EN LA GESTIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL

1. Introducción: El cauce hacia los proyectos deportivos
2. Perspectiva de planificación 1: Empresarial
3. Perspectiva de planificación 2: Administración local
4. Perspectiva de planificación 3: Animación sociocultural
5. Triple perspectiva de planificación para la administración local
6. Plan de deportes municipal
7. Programa deportivo
8. Proyecto deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DE INFRAESTRUCTURAS DEPORTIVAS

1. Marco jurídico y planificación urbanística. Una aproximación
2. El plan general municipal de ordenación urbana. Consideraciones generales
3. Documentos que normalizan la ordenación de las infraestructuras deportivas
4. Métodos de planificación de infraestructuras deportivas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. DECRETO DE PISCINAS

1. Departamento de sanidad y seguridad social
2. Disposición transitoria única
3. Disposición derogativa única
4. Disposición final única

ANEXO 1. GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS EDUCATIVOS

ANEXO 2. GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS Y RECREATIVOS

ANEXO 3. FUNCIONES DEL DIRECTOR DE UN CENTRO DEPORTIVO

ANEXO 4. EJEMPLO DE PLANIFICACIÓN DEPORTIVA PARA UNA ENTIDAD LOCAL

MÓDULO 2. RECURSOS MULTIMEDIA "DOCUMENTACIÓN DE INTERÉS"

1. El entorno municipal. Un nuevo espacio deportivo.
2. Ministerio de la presidencia.
3. Análisis de los espacios y equipamiento deportivo escolar desde el punto de vista de la seguridad.
4. La actividad física y el deporte como conductas de un estilo de vida saludable.
5. Catálogos deportivos: atletismo.
6. Catálogos deportivos: deporte.
7. Catálogos deportivos: gimnasia.
8. Catálogos deportivos: mobiliario.
9. Catálogos deportivos: parques.
10. Catálogos deportivos: psicomotricidad.

PARTE 3. MARKETING DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Definición
2. Utilidades del marketing para las instalaciones deportivas
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Marketing y Deporte, una nueva relación.
5. Planeación estratégica de las instalaciones deportivas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y MERCADO DEPORTIVO

1. El mercado deportivo
2. Investigación de mercado
3. Política de mercado
4. El producto deportivo
5. El consumidor deportivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA EN EL ENTORNO DEL MARKETING

1. Conceptualización en torno a la comunicación publicitaria
2. El proceso de comunicación publicitaria en televisión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LA INSTALACIONES DEPORTIVAS

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de empresas deportivas
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. La misión y la cultura de la empresa
4. La elaboración del plan
5. Estructura del plan de Marketing en las Instalaciones deportivas
6. Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TEORIAS DE LA VENTA

1. Introducción
2. Asistencia al cliente/a
3. Como conseguir la satisfacción del cliente/a

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. La plataforma comercial
2. Influencias en el proceso de compra
3. Tipología humana
4. Motivaciones psicológicas del consumidor/a

PARTE 4. PERIODISMO DEPORTIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

5. La comunicación
6. Elementos de la comunicación
7. Tipos de comunicación
8. Función de los medios de comunicación
9. Teorías y modelos de la comunicación colectiva
 - Orígenes de la Mass Communication Research
 - Conductismo y funcionalismo
 - Conductismo
 - Funcionalismo
 - Teorías críticas: la Escuela de Frankfurt
 - Estructuralismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOLOGÍAS Y GÉNEROS DEL PERIODISMO

1. El periodismo
2. Tipificación del periodismo
 - Según la plataforma de difusión
 - Según la temática
 - Según el género de la noticia o hecho noticioso
3. Géneros del periodismo
 - Género informativo
 - La noticia
 - El reportaje
 - La entrevista
 - Género de opinión
 - El editorial
 - El artículo de opinión
 - Las columnas de opinión
 - La crítica
 - Las cartas al director
 - Género híbrido o mixto
 - La crónica
 - El reportaje interpretativo
 - La entrevista interpretativa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROFESIÓN PERIODÍSTICA

1. Figura del periodista
2. Lenguaje periodístico
3. Principios y ética del periodismo
 - Principios básicos
 - Ética periodística
4. El código deontológico
 - Regulación del periodismo por autonomías
 - Libros o manuales de estilo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PERIODISMO DEPORTIVO

1. Concepto del periodismo deportivo
2. Nacimiento del periodismo deportivo
 - Del deporte a la prensa y de la prensa al deporte
3. Asociaciones de periodistas deportivos
4. Periodista deportivo
5. Lenguaje periodístico deportivo
6. Actividad física

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISCIPLINAS DEPORTIVAS INDIVIDUALES

1. Natación
 - Modalidades
 - Modos de carrera
 - Terminología específica
 - Descalificaciones
2. Atletismo
 - Carrera
 - Marcha
 - Salto
 - Lanzamientos
3. Ciclismo
 - En pista
 - En carretera
 - De montaña
4. Gimnasia rítmica y artística
 - Categoría femenina
 - Categoría masculina
5. Golf
6. Judo
7. Tenis
 - Terminología específica
8. Bádminton
 - Terminología específica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISCIPLINAS DEPORTIVAS COLECTIVAS

1. Fútbol
 - Posiciones
 - Terminología específica
2. Baloncesto
 - Posiciones
3. Balonmano

4. Voleibol
5. Rugby
 - Reglamentos y tiempos
 - Puntuaciones
6. Waterpolo
 - Infracciones
7. Hockey
 - Hockey sobre patines
 - Sanciones
 - Hockey hierba
 - Hockey sala
 - Hockey hielo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEPORTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Medios de comunicación y deporte
2. Prensa escrita
 - Evolución de la prensa escrita
 - Primeras publicaciones de la prensa deportiva
 - El periodismo deportivo a través de la prensa
3. Radio
 - El periodismo deportivo en la radio
 - El carrusel deportivo
 - Retransmisiones deportivas
4. Televisión
 - El periodismo deportivo en televisión
 - Informativo
 - Programas de entretenimiento e información
5. Internet
 - El periodismo deportivo en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PERIODISMO DIGITAL

1. Periodismo deportivo en la era digital
 - *Eyetracking* o lectura hipertextual
2. Nuevas competencias en el periodismo
 - Fuentes del ciberperiodismo
 - Fiabilidad y validación de las fuentes
 - Léxico del ciberperiodismo
3. Nueva figura del periodista
4. Contenido para nuevas plataformas
5. Nueva ética en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PERIODISMO Y REDES SOCIALES

1. Periodismo y web 2.0
2. Periodismo 3.0
3. Redes sociales como un nuevo canal de comunicación
4. Ventajas y desventajas de las redes sociales
5. Facebook
6. Twitter
7. Instagram
8. Youtube
9. Periodismo ciudadano
10. Consejos para periodistas en las redes sociales

11. Herramientas para el uso de las RR.SS
12. Información deportiva en RR.SS
13. Apps móviles útiles para el periodismo digital

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA