

## Competencias

### Máster Universitario en Gestión Deportiva

#### Competencias básicas del título

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### Competencias específicas del título

CE1 - Planificar acciones de marketing en organizaciones y eventos deportivos

CE2 - Capacidad para analizar y aplicar la legislación correspondiente en el ámbito de la organización y estructura del deporte en sus diferentes niveles.

CE3 - Aplicar técnicas, metodologías y herramientas analíticas de marketing en el desarrollo de planes estratégicos en organizaciones deportivas.

CE5 - Demostrar la aplicación correcta de modelos de calidad a servicios y eventos deportivos.

CE6 - Aplicar herramientas de análisis y gestión económico-financiera en la definición de políticas de inversión y de planes de viabilidad en empresas deportivas.

CE7 - Capacidad para aplicar indicadores de rentabilidad de servicios deportivos.

CE8 - Habilidad para segmentar grupos homogéneos de usuarios de servicios deportivos.

CE9 - Capacidad para liderar planes de trabajo.

CE10 - Capacidad para formular e implantar planes a corto, medio y largo plazo en las organizaciones deportivas.

CE11 - Aplicar estratégicamente instrumentos para la medición de las experiencias, la calidad, la satisfacción y la fidelización de los consumidores deportivos.

CE12 - Analizar datos sociodemográficos y comportamentales del consumidor deportivo para el control de la gestión del deporte.

CE13 - Capacidad para analizar la relación entre el marketing y el resto de áreas funcionales de la empresa en el ámbito deportivo.

CE14 - Capacidad para analizar el entorno de una organización deportiva y sus necesidades en el ámbito de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

CE15 - Capacidad de concebir sistemas, aplicaciones y servicios basados en tecnologías de red, incluyendo Internet, web, comercio electrónico, multimedia, servicios interactivos y computación móvil aplicados a organizaciones deportivas.