



Patrocinios y tácticas comerciales Modalidad Semestral

Guía para el profesor
Clave LTDP1802
Nivel Profesional

Contenido

Información General del Curso	3
Competencias del Curso	3
Introducción al Curso	3
Metodología.....	3
Bibliografía	4
Evaluación.....	4
Estructura de las sesiones	4
Actividades	5
Sesiones virtuales	7
Evaluación.....	7
Calendario.....	8
Bibliografía y recursos especiales	10
Contenido del curso	10
Herramientas.....	12
Preguntas frecuentes	12
Guía para las sesiones.....	13
Semana 1.....	¡Error! Marcador no definido.
Semana 2.....	¡Error! Marcador no definido.
Semana 3.....	¡Error! Marcador no definido.
Semana 4.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 1. Rúbrica de evidencia	¡Error! Marcador no definido.

Información general del curso

Nombre del curso: Patrocinios y Técnicas Comerciales

Nivel: Maestría

Plan académico: 2009

Modalidad: Connect

Clave: MTAD3004

Competencias del curso

Conceptualizar, diseñar y ejecutar estrategias comerciales en el medio deportivo, adaptables y flexibles a distintos mercados, para identificar oportunidades de negocio de alto valor y fortalecer a largo plazo las relaciones comerciales existentes.

Introducción al curso

En este curso conocerás las principales características de las negociaciones de patrocinios en entidades deportivas. Asimismo, encontrarás información acerca de cómo identificar posibles patrocinadores, así como las propuestas que como entidad deportiva podrás realizar.

Al finalizar el curso podrás entender la importancia de la marca en el proceso de venta de patrocinios y la generación de ingresos para las entidades deportivas. Conocerás los intereses de las marcas patrocinadoras y los vectores de decisión que utilizan. Descubrirás cuales son los factores de éxito en el patrocinio deportivo y cómo construir propuestas que encajen en los mismos. Llegarás a entender las necesidades básicas para el equipo de patrocinio de las entidades deportivas.

Metodología

Se ha diseñado un curso con la finalidad de ser impartido por un **docente líder con experiencia en el ámbito laboral**, quien compartirá contigo su conocimiento, experiencia y las mejores prácticas que realiza en su labor profesional.

La experiencia de cursos Connect promueve la interacción virtual entre estudiantes localizados en diferentes campus de la Universidad Tecmilenio, como una forma de enriquecer tu formación, contrastando la realidad de tu ciudad o región con la de otros compañeros.

Durante cada sesión virtual, el docente transmite su experiencia y actúa como guía en el proceso de aprendizaje durante la realización de las actividades.

Bibliografía

Cada curso requiere un material bibliográfico disponible en formato electrónico, para que su adquisición sea más accesible y económica. Para conocer cuál es el libro que debes adquirir, revisa la sección Bibliografía de tu curso.

Evaluación

En la sección Evaluación puedes consultar cómo se integrará la calificación final del curso. Dependiendo del curso, la evaluación puede variar con una combinación de los siguientes elementos:

- Dos evidencias para acreditar el avance en el nivel de competencia adquirido por el alumno.
- Actividades que retomen el contenido conceptual de los temas de la semana.
- Evaluación final estandarizada compuesta por instrumentos tales como mini casos, exámenes de opción múltiple, ensayos, proyectos, entre otros.

Estructura de las sesiones

Las sesiones se dividen en tres bloques; estas son las actividades que se recomienda realizar:

Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3
<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida y presentación de agenda. • Actividad de bienestar-mindfulness. • Desarrollo de temas de la semana. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o quiz. • Receso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de reconexión. • Desarrollo de temas de la semana. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o quiz. • Receso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de reconexión. • Desarrollo de temas de la semana. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre de la sesión mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o quiz.

Antes de acudir a una sesión, es necesario que realices las lecturas de las explicaciones y del libro de texto, ya que te proporcionarán los fundamentos teóricos de los temas del curso. De igual manera, se requiere que revises el material adicional como videos y lecturas.

Durante las sesiones sincrónicas el docente da una breve explicación del tema, resuelve dudas, comparte las instrucciones de las actividades y te acompaña durante la realización de estas.

Actividades

Algunas actividades han sido diseñadas para realizarse de manera individual y otras de manera colaborativa. Para las actividades colaborativas el profesor integra equipos con alumnos de diferentes campus, lo cual te permite obtener experiencias de aprendizaje más enriquecedoras.

Para mayor efectividad del trabajo colaborativo se utilizan las funcionalidades de la herramienta de colaboración que permiten la creación de salas virtuales interactivas, donde puedes compartir pantallas, documentos, videos y audios.

Como una forma de promover el dinamismo y la interacción de los alumnos en distintos formatos, durante las sesiones el profesor alterna intervenciones individuales, plenarios y grupales que enriquecen tus puntos de vista y al mismo tiempo te dan la oportunidad de presentar tus ideas y posturas en torno a los temas de clase.

El resultado de todas las actividades y tareas realizadas durante la semana deberá concentrarse en un solo documento, el cual se entregará a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente.

Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para otorgarte una calificación. Lo anterior con la intención de que desde el inicio de la semana tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requieres para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito dentro del curso.

En caso de tener dudas sobre algún ejercicio o sobre el contenido del curso, puedes contactar a tu docente a través de los medios que este te indique.

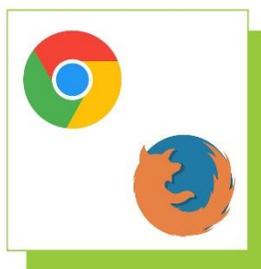
Sesiones virtuales

Para la transmisión de las sesiones se utiliza una herramienta de videoconferencias. Con el fin de mejorar la calidad de dichas interacciones, se recomienda lo siguiente.

Es muy importante que cuentes con los siguientes **requerimientos tecnológicos** para llevar a cabo y con éxito las sesiones:



Red con conexión ancha para tener una excelente comunicación, mínimo con **6 MB** de ancho de banda.



Uso de los navegadores Chrome o Firefox



Computadora



Durante la sesión se recomienda no tener otras aplicaciones abiertas (ejemplo: Facebook, Netflix, YouTube, etc.)



Cámara



Micrófono o bocinas



Número	Evaluable	Ponderación
1	Actividad 1	5
2	Actividad 2	5
3	Actividad 3	6
4	Actividad 4	6
5	Actividad 5	5
6	Actividad 6	6
7	Actividad 7	5
8	Actividad 8	6
9	Actividad 9	5
10	Actividad 10	6
11	Actividad 11	5
12	Evidencia	40
	Total	100%

Calendario

Semana	Temas	Actividad	Evidencia	Examen
1	INICIO DE CLASES	✓		
2	Tema 1. La oportunidad de la industria del deporte.	✓		
3	Tema 2. La estrategia como conductor de la cadena de valor.	✓		
4	Tema 3. El patrocinio deportivo.	✓		
5	Tema 4. Factores de éxito clave para un programa de patrocinio.	✓		
7	Tema 5. Activación de patrocinio: Casos de estudio seleccionados.	✓		
8	Tema 6. El ciclo de vida del patrocinio.	✓		
9	Tema 7. Organización eficiente de un programa e patrocinio en una entidad deportiva.	✓		
10	Tema 8. La perspectiva del propietario de derechos.	✓		

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio

12	Tema 9. Activos de patrocinio.	✓		
13	Tema 10. Arquitectura de patrocinio.	✓		
14	Tema 11. El proceso de comercialización.	✓		
15	Evidencia.		✓	

Bibliografía y recursos especiales

Libro de texto

Molina, G. (2019). *Patrocinio Deportivo*. (1ra ed.). España: Wanceulen

Libros de apoyo

O'Reilly, N. Abeza, G. Harrison, M. (2022). *Sport Sponsorship Insights*. (1ra Ed.). New York: Routledge

Contenido del curso

Tema 1.	La oportunidad de la industria del deporte.
1.1	Más allá de la comunicación.
1.2	Papel de las entidades deportivas: modelo SAC.
1.3	Quién juega tu partido: las relaciones con stakeholders para crear valor.
Tema 2.	La estrategia como conductor de la cadena de valor.
2.1	La entidad corporativa más allá de los resultados.
2.2	¿Cómo construir la marca en una entidad deportiva?
2.3	Investigación de mercado e identificación de oportunidades.
2.4	Alianzas, relaciones y lobby.
Tema 3.	El patrocinio deportivo.
3.1	Perspectiva del titular del derecho frente a la perspectiva de la marca/patrocinador: ¿cómo encontrar un lugar común?
3.2	Comprender las necesidades de las marcas / patrocinadores.
Tema 4.	Factores de éxito clave para un programa de patrocinio.
Tema 5.	Activación de patrocinio: Casos de estudio seleccionados.
5.1	Activaciones motivacionales.
5.2	Activaciones virales.
5.3	Activaciones de redes sociales.
5.4	Activación de patrocinio.
Tema 6.	El ciclo de vida del patrocinio.
6.1	El delivery de un acuerdo de patrocinio.
6.2	El papel del titular de los derechos para maximizar el éxito del acuerdo de patrocinio.

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio

6.3	Monitoreo de los resultados del patrocinio.
Tema 7.	Organización eficiente de un programa de patrocinio en una entidad deportiva.
7.1	Estructuras de las organizaciones.
7.2	Perfil del gestor de patrocinio.
Tema 8.	La perspectiva del propietario de derechos.
8.1	Aspectos clave de un contrato de patrocinio.
8.2	Gestión de crisis.
Tema 9.	Activos de patrocinio.
9.1	Identificación de los activos de patrocinio.
9.2	Activos tangibles e intangibles.
9.3	Identificación de derechos / beneficios que se incorporarán en los paquetes de patrocinio.
Tema 10.	Arquitectura de patrocinio.
10.1	Arquitectura del programa de asociación / patrocinio.
10.2	Paquetes de patrocinio transversales vs verticales.
10.3	Definición de paquetes de patrocinio y sus componentes.
Tema 11.	El proceso de comercialización.
11.1	Diseño del proceso de comercialización.
11.2	Diseño de estrategia de comercialización.
11.3	¿Qué y a quién comercializar?

Herramientas

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad de cursos, te recomendamos revisar estos [tutoriales](#).

Preguntas frecuentes

¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx, también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades del curso.

¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?

El coordinador docente te debe de proporcionar esta información.

¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

¿Tengo que capturar las calificaciones en banner y en la plataforma educativa?

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.

Notas de enseñanza por tema

Tema 1. La oportunidad de la industria del deporte

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Tener presente el tamaño de la industria del deporte que te rodea, dónde estás y cómo son tus competidores, para tener las herramientas necesarias para negociar.
- Conocer cuáles son las motivaciones de las empresas de tu entorno para asociarse con las propiedades deportivas; ésto permitirá generar vínculos que vayan hacia la misma dirección.
- Saber en qué consiste el método SAC y qué supone su aplicación para las entidades deportivas.

Actividad 1. La industria deportiva

Nota

El participante deberá realizar un análisis ejecutivo de la situación actual de la industria del fútbol en México bajo los siguientes parámetros:

- Impacto social del fútbol (seguidores, practicantes, número de clubes, etcétera.).
- Impacto económico (patrocinadores, derechos de televisión, venta de productos, etcétera.).
- Fortalezas competitivas.
- Debilidades.
- Actitud de las propiedades (clubes, Federación, Liga Nacional).

Tema 2. La estrategia como conductor de la cadena de valor

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender cómo se conforma la entidad deportiva, para que puedas dar más fuerza a las propuestas de patrocinio.
- Tener claro cómo construir una marca deportiva, para que sepas con que otras organizaciones podrás asociarte.
- Aplicar las ventajas de una *lovemark*, para que los aficionados del equipo logren una mayor interacción con la entidad deportiva.
- Enteder qué es y cómo funciona el *marketing* relacional.

Actividad 2. La diferencia que une

Nota

El participante deberá elaborar una solución a una situación hipotética mediante la diferenciación deportiva.

Tema 3. El patrocinio deportivo

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Conocer los diferentes componentes que caracterizan al patrocinio para que puedas aplicarlo en tus estrategias.
- Tener claros los objetivos del patrocinio, para saber cuál es la finalidad de tu estrategia.
- Reconocer la importancia de la activación para lograr una exitosa relación de patrocinio y con ello acercar a los aficionados a la marca.

Actividad 3. Buscando un territorio para patrocinar

Nota

El participante deberá seleccionar opciones deportivas para patrocinar a través de un análisis de ventajas y desventajas de una entidad deportiva.

Tema 4. Factores de éxito clave para un programa de patrocinio

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender el patrocinio comercial como herramienta general de comunicación de *marketing*; con esto podrá desarrollar mejores estrategias que beneficien a ambas áreas.

Actividad 4. Ganar - Ganar

Nota

El participante deberá elaborar una propuesta de mejora a la relación entre un patrocinado y patrocinador por medio de una investigación en el panorama deportivo actual a nivel local o global, en donde la relación de ganar – ganar es un claro ejemplo de éxito.

Tema 5. Activación de patrocinio: casos de estudio seleccionados

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender en qué consisten las activaciones motivacionales, virales y de redes sociales, para que puedas aplicarlas en tus propuestas de patrocinio.
- Calcular los resultados de activaciones de patrocinio, para que puedas aplicar de mejor manera tus recursos y enfocarlos hacia un objetivo específico.

Actividad 5. Patrocinando al deporte femenino

Nota

El participante deberá elaborar una propuesta para futuras activaciones de patrocinios en el deporte femenino partiendo de un análisis previo de la entidad deportiva seleccionada dentro del deporte mexicano.

Tema 6. El ciclo de vida del patrocinio

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender las diferentes fases que se desarrollan hasta llegar a firmar un acuerdo de patrocinio, para que puedas realizar una mejor negociación.
- Comprender la importancia de la medición del patrocinio, esto permitirá saber lo que se está haciendo bien y lo que se puede mejorar.

Actividad 6. El proceso del patrocinio

Nota

El participante deberá conocer el proceso de patrocinio de la mano de un representante de una marca patrocinadora o entidad deportiva.

Tema 7. Organización eficiente de un programa de patrocinio en una entidad deportiva

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Identificar cómo se unen las funciones de *marketing* y comunicación para hacer el *marketing* deportivo.
- Reconocer las características que debe poseer un gestor del patrocinio deportivo para poder identificar buenos candidatos al puesto.
- Identificar las ventajas e inconvenientes de la gestión interna y la gestión externa de los patrocinios deportivos; para que puedas llevar a cabo planes de acción bien estructurados.

Actividad 7. Consejos del gestor deportivo

Nota

El participante deberá redactar un artículo informativo sobre el perfil que busca la industria del deporte en un gestor de patrocinio deportivo.

Tema 8. La perspectiva del propietario de derechos

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender los aspectos claves de un contrato de patrocinio, para que puedas tener mejores herramientas al momento de negociar.
- Entender los pasos para gestionar una crisis; esto te permitirá anticiparte a los posibles problemas.
- Interpretar los contratos de patrocinio en cuanto a las crisis se refiere, para así poder ayudar de mejor manera a la entidad deportiva que representes.

Actividad 8. Afrontando una crisis

Nota

El participante deberá elaborar un plan de acción para saber cómo afrontar una crisis de patrocinio deportivo desde el punto de vista de la marca patrocinadora.

Tema 9. Activos de patrocinio

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender cuáles son los activos de patrocinio con los que cuentas en la entidad deportiva a la que representas, esto para poder crear mejores propuestas y paquetes de patrocinio.
- Conocer cuáles son los activos tangibles e intangibles con los que cuenta la marca deportiva, esto permitirá mejorar las negociaciones con los posibles patrocinadores.
- Tener claros los activos *core* y extendidos, para poder monetizar mejor cada uno de ellos.

Actividad 9. Atraer a patrocinadores

Nota

El participante deberá elaborar un catálogo multimedia con los activos que dispone para un programa de patrocinio.

Tema 10. Arquitectura de patrocinio

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Comprender los elementos de la arquitectura de patrocinio, te servirán para estructurar mejor las propuestas que presentes a un posible patrocinador.
- Conocer cuáles son los paquetes de patrocinios más rentables a la negociación que tendrás.
- Comprender los componentes de los paquetes de patrocinios, para presentar propuestas exitosas.

Actividad 10. Políticas de patrocinio

Nota

El participante deberá elaborar políticas de patrocinio para tres escenarios posibles de la entidad deportiva seleccionada.

Tema 11. El proceso de comercialización

Nota

El participante debe asegurarse de:

- Conocer los pasos, fases o “escalones” del proceso de comercialización de activos, esto te dará un panorama más amplio para desarrollar tu propuesta comercial.
- Conocer los principios generales de todos los programas de patrocinios, para que puedas diseñar mejor tus estrategias comerciales.
- Conocer los tipos de patrocinadores, sus características y los elementos que debe tener un patrocinador “ideal” para la entidad deportiva que representas.

Actividad 11. Dossier de venta

Nota

El participante deberá elaborar un *dossier* de venta para conseguir una marca patrocinadora utilizando los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

Evidencia

Descripción

Construcción, diseño y explicación de un plan estratégico de patrocinio para poder implementar en una entidad deportiva.

Objetivo

Comprender todos los aspectos teóricos tratados en el curso y saber llevarlos a la práctica, de modo que las enseñanzas de este les sean útiles en su vida profesional.

Instrucciones al participante

a. Situación actual

1. Selecciona a la propiedad deportiva de tu interés. Puede ser nacional o internacional.
2. Redacta en media cuartilla un resumen en el que incluyas los datos generales de la empresa:
 - a. Nombre.
 - b. Origen.
 - c. Define si tiene presencia nacional o internacional.
 - d. Misión, visión, principios y valores.
3. Investiga los patrocinios actuales que cuenta la propiedad deportiva que seleccionaste e incluye 3 ejemplos.

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio

4. De los ejemplos que encuentres, elabora un cuadro comparativo con las características principales de los patrocinios. Menciona similitudes, diferencias, tipos.
5. Elabora un análisis sobre los atributos, valores y público con el que actualmente cuenta la entidad deportiva.

a. **Gestión del patrocinio**

1. Establece dos objetivos que definan tu estrategia de patrocinio.
2. Define el público al que deseas impactar.
3. Elabora un listado de los activos que deseas patrocinar: eventos, instituciones o marcas.
4. Determina las atracciones emocionales de cada activo de la entidad deportiva.
5. Describe la propuesta de valor de los activos.
6. Define el plan de comunicación y *marketing*.
7. Establece 3 estrategias para hacer frente a una crisis.
8. Define las fases de implementación de patrocinios.
9. Elabora un *dossier* de ventas que contenga:
 - a. Historia e información relevante de la propiedad deportiva.
 - b. Posicionamiento e hilo conductor del proyecto.
 - c. Exposición en medios de comunicación.
 - d. Masa crítica.
 - e. Objetivos deportivos.
 - f. Lista de partidos habituales por temporada.
 - g. Argumentos generales a favor del patrocinio.
 - h. Componentes de las distintas opciones disponibles.
 - i. Material de apoyo.
 - j. Simulación del potencial de negocio.
 - k. Resumen ejecutivo de los principales argumentos.
10. Realiza una pirámide de patrocinio con ejemplos concretos de posibles marcas patrocinadoras y la justificación por la que crees que aceptarían tu propuesta.
11. Define 3 indicadores que se deben medir para evaluar el patrocinio.
12. Elabora un plan en donde se muestre el retorno de inversión de un patrocinio.
13. Realiza una presentación multimedia ejecutiva de máximo 10 diapositivas que incluye un resumen de la estrategia de patrocinio, la implementación y el retorno de inversión. Imagina que la presentarás a los directivos de la entidad deportiva seleccionada.

Criterios

Anexo 1

Entregable

Documento electrónico que incluya la construcción, diseño y explicación de un plan estratégico de patrocinio ficticio implementado en una entidad deportiva.

● ● ● Criterios de evaluación de la semana ● ● ● ● ●

El resultado de todas las actividades y tareas realizadas durante la semana se deberá concentrar en **un solo documento**, el cual se entregará a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente, con base en la **rúbrica** (Ver anexo 2).