

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	43915
Nom	El consumidor d'activitat física i esport
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	3.0
Curs acadèmic	2017 - 2018

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2179 - M.U. en Direcc. i Gestió d'Activ. Físic i Esport 13-V.1	Facultat de Ciències de l'Activitat Física i l'Esport	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2179 - M.U. en Direcc. i Gestió d'Activ. Físic i Esport 13-V.1	5 - El consumidor d'activitat física i esport	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
AÑO SANZ, VICENTE ENRIQUE	122 - Educació Física i Esportiva

RESUM

Aquesta matèria és de caràcter obligatori en el màster i s'impartirà en el 1º semestre. Pretén que l'alumnat adquireixi uns coneixements, competències i habilitats relacionats amb el comportament del consumidor d'esport. S'entendrà com a consumidor a tot aquell que adquireixi, usi o valori qualsevol producte o activitat física esportiva o tingui interès en l'esport. Per a això, s'analitzarà tot el procés d'anàlisi i decisió de compra que realitzen els consumidors. Es buscarà donar resposta a preguntes com: quina compra?, qui compra?, Per què compra?, Com compra?, Quan compra?, On compra?, Quant compra?, entre altres amb l'objectiu final de comprendre tots els mecanismes que regulen la decisió de compra o ús d'un servei esportiu



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Els coneixements previs són els propis de la Llicenciatura o el Grau en Ciències de l'Activitat Física i l'Esport. I en el cas que no es tinguin els coneixements que aporten aquests estudis, és important tenir coneixements a l'àrea d'educació Física i Esportiva, que puguin donar els estudis de Magisteri, amb especialitat en Educació Física. Altres coneixements procedents de titulacions de ciències socials i jurídiques, també poden ser vàlids parcialment.

No existeixen restriccions de matrícula amb altres as

COMPETÈNCIES

2179 - M.U. en Direcc. i Gestió d'Activ. Físic i Esport 13-V.1

- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Organitzar, dirigir, planificar i avaluar en qualsevol situació de forma eficient.
- Desenvolupar la capacitat d'anàlisi, de presa de decisions i de resoldre problemes de forma eficient.
- Conèixer i saber aplicar les habilitats de lideratge, de comunicació i relació interpersonal.
- Desenvolupar la capacitat d'adaptació a noves situacions així com d'un aprenentatge constant autònom i diversificat.
- Conèixer i actuar dins dels principis ètics i deontològics necessaris per al correcte exercici professional així com de responsabilitat en les actuacions.
- Comprendre i respectar la diversitat de gustos, interessos i capacitats en la gestió i promoció de l'activitat física.
- Fomentar la igualtat entre hòmens i dones a través de la gestió i organització de l'activitat fisicoesportiva.
- Facilitar la transferència de coneixements teòrics a la pràctica professional de la gestió l'esport.
- Fomentar entre els estudiants l'aplicació dels mètodes d'investigació a la gestió de l'esport.
- Conèixer les principals variables que influeixen en el comportament del consumidor-usuari de servicis esportius.



- Ser capaç de dissenyar servicis i activitats per als distints tipus de consumidors de l'esport.
- Conèixer, comprendre i aplicar els tipus de disseny, instruments i anàlisi de dades adaptats a l'àmbit de la gestió de l'activitat física i l'esport.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

L'alumne ha de ser capaç de:

Saber analitza el comportament del consumidor d'activitat física i esport.

Conèixer els processos mitjançant els quals el consumidor pren les decisions de consum esportiu.

Ser capaçs de planificar diferents tipus d'activitat en funció del comportament del consumidor d'esport.

Saber caracteritzar als consumidors d'esport i activitat física en grups homogenis.

Entendre els processos cognitius i experimentals de presa de decisions del consumidor o usuari d'esport.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. El consumidor de la AF i E.

La matèria persegueix que els alumnes/as adquireixin els coneixements necessaris sobre el comportament del consumidor d'esport i activitat física. A més de l'estudi teòric dels continguts exposats en classe, es realitzaran casos pràctics que facilitin la resolució de situacions que se'ls pugui plantejar en el seu futur professional.

La matèria s'organitzarà en els següents blocs temàtics:

1. El comportament del consumidor esportiu.
2. La presa de decisions del consumidor-usuari.
3. Els processos cognitius i experimentals del consumidor d'esport.
4. Característiques del consumidor esportiu.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes teoricipràctiques	18,00	100
TOTAL	18,00	

METODOLOGIA DOCENT

1. Exposicions magistrals presencials i a través d'Internet de continguts pel professorat (classes teòriques).
2. Discussió en petits grups dels estudiants amb i sense intervenció del professorat (generalment en els seminaris).
3. Temps d'estudi individual autònom o tutelat (generalment per elaborar treballs o per preparar proves d'avaluació).
4. Presentació dels treballs
5. Reunions de tutoria individual



AVALUACIÓ

1. Realització d'un suposat pràctic en grups o individual per valorar el grau de domini de les competències. Valor: entre el 70% i el 90% de la qualificació final.
2. Realització de activitats en classe. Valor: entre el 10 y el 30%

Es recorda als estudiants que la còpia literal, total o parcial, d'obres alienes presentant-les com a pròpies es considerarà una conducta inacceptable en l'àmbit acadèmic. D'altra banda, i per la Llei de Propietat Intel·lectual, estan habitualment prohibides les reproduccions totals o parcials de les obres alienes, podent ocasionar el seu incompliment a les corresponents mancades o delictes penals.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Alonso Rivas J., Grande Esteban I. (2004). Comportamiento del Consumidor. Decisiones y estrategia de marketing. 5 Edición. Esic. Madrid.
- Graham, J. (2009). Critical Thinking in consumer Behavior. Cases and experimental exercises. 2 Edition.
- Mollá, A. (coord), Berenguer, G., Gómez, M.A., Quintanilla, I. (2006). Comportamiento del consumidor. Editorial UOC. Barcelona.
- Peter, J.P.; Olson, J.C. (2009). Consumer Behavior. 9 Edición. McGraw-Hill.
- Quintanilla I (2003). Psicología del Consumidor. Pearson. Madrid.
- Quintanilla I (2014). Valores o valores económicos. Pirámide. Madrid.
- Ruiz de Maya, S.; Grande Esteban, I. (2006). Comportamiento del Consumidor. 29 casos reales. Esic. Madrid.
- Schiffman, L.; Lazar, L.; Wisenblit, J. (2012). Comportamiento de Consumidor. 10 Edición. Pearson. Madrid.
- Solomon, M.R. (2008): Comportamiento del consumidor, 7 Edición. Pearson. Madrid.

Complementàries

- Luna-Arocas, R (1998). Segmentación psicográfica y marketing deportivo. Revista de Psicología del Deporte, 13, 121 - 133.
- Luna-Arocas, R., y Mundina, J.. (1998a). La satisfacción del consumidor en el marketing del deporte. Revista de Psicología del Deporte, 13, 147- 155.