

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	43915
Nombre	El consumidor de actividad física y deporte
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	3.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2179 - M.U. en Direcc. y Gestión de Activ. Físic y Deporte 13-V.1	Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2179 - M.U. en Direcc. y Gestión de Activ. Físic y Deporte 13-V.1	5 - El consumidor de actividad física y deporte	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
AÑO SANZ, VICENTE ENRIQUE	122 - Educación Física y Deportiva

RESUMEN

Esta materia es de carácter obligatorio en el máster y se impartirá en el 1 semestre. Pretende que el alumnado adquiera unos conocimientos, competencias y habilidades relacionados con el comportamiento del consumidor de deporte. Se entenderá como consumidor a todo aquel que adquiera, use o valore cualquier producto o actividad físico-deportiva o tenga interés en el deporte. Para ello, se analizará todo el proceso de análisis y decisión de compra que realizan los consumidores. Se buscará dar respuesta a preguntas como: ¿qué compra?, ¿quién compra?, ¿Por qué compra?, ¿Cómo compra?, ¿Cuándo compra?, ¿Dónde compra?, ¿Cuánto compra?, entre otras con el objetivo final de comprender todos los mecanismos que regulan la decisión de compra o uso de un servicio deportivo.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Los conocimientos previos son los propios de la Licenciatura o el Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Y en el caso que no se tengan los conocimientos que aportan estos estudios, es importante tener conocimientos en el área de Educación Física y Deportiva, que puedan dar los estudios de Magisterio, con especialidad en Educación Física. Otros conocimientos procedentes de titulaciones de ciencias sociales y jurídicas, también pueden ser válidos parcialmente.

No existen restricciones de mat

COMPETENCIAS

2179 - M.U. en Direcc. y Gestión de Activ. Físic y Deporte 13-V.1

- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- 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.
- Organizar, dirigir, planificar y evaluar en cualquier situación de forma eficiente.
- Desarrollar la capacidad de análisis, de toma de decisiones y de resolver problemas de forma eficiente.
- Conocer y saber aplicar las habilidades de liderazgo, de comunicación y relación interpersonal.
- Desarrollar la capacidad de adaptación a nuevas situaciones así como de un aprendizaje constante autónomo y diversificado.
- Conocer y actuar dentro de los principios éticos y deontológicos necesarios para el correcto ejercicio profesional así como de responsabilidad en las actuaciones.
- Comprender y respetar la diversidad de gustos, intereses y capacidades en la gestión y promoción de la actividad física.
- Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres a través de la gestión y organización de la actividad físico-deportiva.
- Facilitar la transferencia de conocimientos teóricos a la práctica profesional de la gestión del deporte.
- Fomentar entre los estudiantes la aplicación de los métodos de investigación a la gestión del deporte.
- Conocer las principales variables que influyen en el comportamiento del consumidor-usuario de servicios deportivos.



- Ser capaz de diseñar servicios y actividades para los distintos tipos de consumidores del deporte.
- Conocer, comprender y aplicar los tipos de diseño, instrumentos y análisis de datos adaptados al ámbito de la gestión de la actividad física y el deporte.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Saber analiza el comportamiento del consumidor de actividad física y deporte.

Conocer los procesos mediante los cuales el consumidor toma las decisiones de consumo deportivo.

Ser capaces de planificar distintos tipos de actividad en función del comportamiento del consumidor de deporte.

Saber caracterizar a los consumidores de deporte y actividad física en grupos homogéneos.

Entender los procesos cognitivos y experimentales de toma de decisiones del consumidor o usuario de deporte

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. El consumidor de la AF y D

La materia persigue que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios sobre el comportamiento del consumidor de deporte y actividad física. Además del estudio teórico de los contenidos expuestos en clase, se realizarán casos prácticos que faciliten la resolución de situaciones que se les pueda plantear en su futuro profesional.

La materia se organizará en los siguientes bloques temáticos:

1. El comportamiento del consumidor deportivo.
2. La toma de decisiones del consumidor-usuario.
3. Los procesos cognitivos y experimentales del consumidor de deporte.
4. Características del consumidor deportivo.

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases teórico-prácticas	18,00	100
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Preparación de actividades de evaluación	8,00	0
Preparación de clases de teoría	7,00	0
TOTAL	63,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

1. Exposiciones magistrales presenciales y a través de Internet de contenidos por el profesorado (clases teóricas).
2. Discusión en pequeños grupos de los estudiantes con y sin intervención del profesorado (generalmente en los seminarios).
3. Tiempo de estudio individual autónomo o tutelado (generalmente para elaborar trabajos o para preparar pruebas de evaluación).
4. Presentación de los trabajos
5. Reuniones de tutoría individual

1.

EVALUACIÓN

1. Examen de los contenidos expuestos en la teoría. Valor: entre el 40% y el 70% de la calificación final. El examen de estos contenidos se plasmará en la realización de un trabajo mediante el cual los alumnos puedan acreditar la adquisición de los conocimientos.
2. Realización de un supuesto práctico en grupos o individual para valorar el grado de dominio de las competencias. Valor:



entre el 10% y el 30% de la calificación final.

Se recuerda a los estudiantes que la copia literal, total o parcial, de obras ajenas presentándolas como propias se considerará una conducta inaceptable en el ámbito académico. Por otra parte, y por la Ley de Propiedad Intelectual, están habitualmente prohibidas las reproducciones totales o parciales de las obras ajenas, pudiendo ocasionar su incumplimiento a las correspondientes faltas o delitos penales.

REFERENCIAS

Básicas

- 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.

Complementarias

- 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.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno