



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Instituto Politécnico y Artístico Universitario
Departamento: IPAU
Area: IPAU

(Programa del año 2020)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 20/04/2021 10:24:01)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TIC APLICADAS A LA GESTIÓN DEPORTIVA.	TEC. UNIV. EN GEST. ORG. DEP	1/18	2020	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MOYANO, BERNANDO	Prof. Responsable	CONTRATO	6 Hs
MONTHELIER, MARIELA GENOVEVA	Prof. Colaborador	CONTRATO	6 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	30 Hs	45 Hs	Hs	5 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoría con prácticas de aula y campo	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
10/08/2020	20/11/2021	15	75

IV - Fundamentación

La entrada de las TIC al ámbito de la gestión de las instituciones deportivas es uno de esos hechos innegables que requieren que nos preparemos apropiadamente para aprovechar todas las ventajas que ofrece.

¿Qué es la gestión digital de las instituciones deportivas? ¿Se trata, simplemente, de hacer lo mismo que se hacía antes, pero ahora con computadora y una aplicación, que en muchos casos es paga? ¿Sería entonces, la ventaja, sólo una mejora en términos de rapidez? ¿Hay algo más?

Si “la Gestión Deportiva, ante todo, es gestión de recursos, dirección, planificación, economía, comunicación, coordinación y desarrollo de proyectos en el seno de organizaciones más o menos grandes, lucrativas o no, públicas o privadas” entonces cuando esta comienza a estar mediada por TIC, debemos concluir que se trata de que estas dimensiones de la institución deportiva son administradas usando herramientas digitales específicas diseñadas para tal fin. ¿Tan especializado es el software? Como veremos, en algunos casos sí, pero en otros resultará factible el uso de herramientas que son aplicables a otros ámbitos laborales.

Suele suponerse que, en muchos casos, las nuevas tecnologías lo único que logran es algo de mayor rapidez y pérdida de puestos laborales. En realidad, se trata de algo más complejo que requiere un análisis en profundidad, el cual destruye las premisas enunciadas, aparentemente frutos del sentido común. Conviene que recordemos en este punto que lo que llamamos “sentido común” es tan sólo una colección de prejuicios y observaciones hechas sobre una parte del panorama o por lo menos, con categorías de análisis inexistentes.

Veremos que actualmente, la actividad de gestión no estará limitada al almacenamiento de datos en una PC o incluso en un teléfono móvil. Se requiere centralizarlo en la Nube, habiéndose así creado un nuevo paradigma en la administración de

datos.

Proponemos enriquecer la mirada con un bagaje complejo consistente en líneas de acción que permitan adentrarse en el mundo de las aplicaciones que hacen a la gestión digital.

Una de las dimensiones que el curso también abarca es la del análisis de las llamadas Redes Sociales. Queremos que conozcan su naturaleza, que va más allá de lo evidente y de lo que estamos acostumbrados a usar de ellas. En este ámbito de estudio, las Redes Sociales se revelarán como un excelente aliado en su tarea de interactuar con los socios de un club, aprendiendo a afianzar, generar e incluso resignificar ese lazo que une a una persona con una institución deportiva.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Propósitos generales:

Se espera que los alumnos logren:

- Encontrar el significado profundo de la gestión mediada por TIC en las instituciones deportivas.

Propósitos específicos:

Se pretende que los alumnos puedan:

- Reconocer la potencialidad de las redes sociales en la interacción entre el club y sus aficionados.
- Persuadir a la institución deportiva sobre los beneficios de usar herramientas TIC.
- Reconocer las herramientas TIC apropiadas.

VI - Contenidos

Unidad 1

1. SOFTWARE DE GESTIÓN DEPORTIVA: CLUBES Y GIMNASIOS.

1. Software gratuito y software arancelado.
- 1.2 Criterios de selección.
- 1.3 Oferta actual. Sportmember (trabajado en la materia “TIC y deporte”)
- 1.4 Diferentes herramientas para la gestión del club
- 1.5 Aplicaciones de gestión deportiva. Algunas gratis y otras aranceladas

2. SOFTWARE DE GESTIÓN DEPORTIVA: ENTRENAMIENTO.

- 2.1 Software gratuito y arancelado. Versiones de prueba. Criterios de selección.
- 2.2 Apps de gestión del entrenamiento deportivo
- 2.3 Investigación sobre software especializado en la gestión del entrenamiento deportivo:

Unidad 2

1. REDES SOCIALES: GENERALIDADES.

- 1.1 Redes sociales: Qué son. Tipos de redes sociales.
- 1.2 Historia de las redes sociales:
- 1.3 Redes sociales más usadas:
- 1.4 Tipos de redes sociales y por qué interesa tener presencia en ellas:

2. REDES SOCIALES Y DEPORTES

- 2.1 Ventajas y desventajas de las redes sociales en el deporte:
- 2.2 Beneficios de la interacción entre deportes y redes sociales:
- 2.3 Por qué aplicar redes sociales al deporte:
- 2.4 Cultura hashtag: Twitter. Media Management, Brand ambassadors y engagement. Presencia en las redes sociales:
- 2.5 Qué es un hashtag (#), para qué sirve y cómo usarlo en las redes sociales
- 2.6 Creación de un hashtag.
- 2.7 Tips para incrementar la presencia on line de un club deportivo:
- 2.8 Análisis de perfiles de Instagram de equipos de fútbol:
- 2.9 Cómo realizar perfiles de Instagram para el club: plantillas para promocionar eventos deportivos.
- 2.10 Engagement para redes sociales, caso Instagram.

3. MARKETING DEPORTIVO. QUÉ ES Y CÓMO SE HACE.

- 3.1 Marketing Deportivo: tipos e impacto en la institución.
- 3.2 Estrategias de marketing deportivo.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se propone a los estudiantes la realización de actividades de aprendizaje que procuran establecer una relación entre la teoría y la práctica, ahondando, comparando, reflexionando y aplicando los contenidos vistos en cada unidad. Así mismo se incluyen actividades de envío obligatorio en cada Unidad.

VIII - Regimen de Aprobación

- Para PROMOCIONAR: Presentación en tiempo y forma y Aprobación de todas las tareas de envío obligatorio propuestas para cada Unidad. Las tareas se aprueban con 7 (siete) – En el campus 70/100. Las tareas de envío obligatorio tendrán dos recuperaciones.

- Para REGULARIZAR: Presentación en tiempo y forma y Aprobación de todas las tareas de envío obligatorio propuestas para cada Módulo. Las tareas se aprueban con notas mayores a 4 (cuatro) – En el campus 40/100. Las tareas de envío obligatorio tendrán dos recuperaciones.

- Para APROBAR: Una vez regularizada la asignatura, se accede al examen final, se toma en los turnos de exámenes fijados en el Calendario Académico que anualmente aprueba el Consejo Superior de la UNSL.

IX - Bibliografía Básica

[1] <https://www.xataka.com/basics/hdd-vs-ssd>

<https://www.tecnopymes.com.ar/2020/03/30/aspectos-que-debes-considerar-antes-de-comprar-un-disco-de-estado-solido-o-ssd/>

[2] <https://azure.microsoft.com/es-es/overview/what-is-the-cloud/>

<https://mydatascope.com/blog/es/que-es-y-como-funciona-la-nube/>

[3] <https://www.youtube.com/watch?v=h4Af5bbFAq0>

[4] <https://www.youtube.com/watch?v=Lju2-YcsdO0> <https://rockcontent.com/es/blog/hashtags/>

[5] <https://soniadurolimia.com/que-es-un-hashtag/>

[6] Pertenece a un club deportivo? Aplica estos 5 tips para impulsar su presencia online

[7] <https://www.watchity.com/es/blog/clubs-deportivos-5-tips-para-impulsar-la-presencia-online/>

[8] <https://www.watchity.com/es/blog/el-poder-de-las-redes-sociales-en-clubs-deportivos/>

[9] Las redes sociales son el aliado perfecto para unir al hincha con su club de

fútbol https://www.marketingregistrado.com/ar/futbol/2019/11/28520_las-redes-sociales-son-el-aliado-perfecto-para-unir-al-hincha-con-su-club-de-futbol/ Consejos para gestionar las redes sociales de un club de fútbol

[10] <https://www.topentrenador.es/blog/recursos/clubes-de-futbol/gestionar-las-redes-sociales-de-un-club-de-futbol/>

[11] Guía de redes sociales para un club de fútbol

[12] <https://edit.org/es/blog/manual-mejorar-redes-sociales-equipo-de-futbol>

[13] Análisis de los perfiles de Instagram de 7 equipos de fútbol

[14] <https://blog.cool-tabs.com/es/analisis-de-los-perfiles-de-instagram-de-7-equipos-de-futbol/>

[15] <https://es.postermywall.com/index.php/g/soccer-posters/poster-instagram-post>

X - Bibliografía Complementaria

[1] ¿QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA EL ENGAGEMENT EN INSTAGRAM?

[2]

<https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/engagement-instagram-como-funciona/#:~:text=Cuando%20hablamos%20del%20engagement%20en,nuestra%20marca%20y%20sus%20contenidos.>

[3] Engagement en Instagram: Qué es y cómo calcularlo

[4] <https://metricool.com/es/que-es-el-engagement-en-instagram-y-como-puede-ayudarte/>

[5] [http://files.informatica-educativa38.webnode.es/200000018-](http://files.informatica-educativa38.webnode.es/200000018-143aa15343/Semana%207%20-%20Criterios%20Seleccion%20H-S.pdf)

[143aa15343/Semana%207%20-%20Criterios%20Seleccion%20H-S.pdf](http://files.informatica-educativa38.webnode.es/200000018-143aa15343/Semana%207%20-%20Criterios%20Seleccion%20H-S.pdf)

[6] <https://blog.fitcolatam.com/elegir-el-mejor-software-de-gestion-para-gimnasios>

[7]

<https://www.guiaserviciosproductos.com/herramientas/software-gestion-deportiva-para-gimnasios.php> <https://www.guiaserviciosproductos.com/herramientas/software-gestion-deportiva-para-gimnasios.php>

XI - Resumen de Objetivos

Se espera que los alumnos logren:

- Encontrar el significado profundo de la gestión mediada por TIC en las instituciones deportivas.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1

1. SOFTWARE DE GESTIÓN DEPORTIVA: CLUBES Y GIMNASIOS.
2. SOFTWARE DE GESTIÓN DEPORTIVA: ENTRENAMIENTO.

Unidad 2

1. REDES SOCIALES: GENERALIDADES.
2. REDES SOCIALES Y DEPORTES
3. MARKETING DEPORTIVO. QUÉ ES Y CÓMO SE HACE.

XIII - Imprevistos

Se realizarán los ajustes necesarios ante las eventualidades que surjan, continuando con el normal desarrollo del programa.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	