



Universidad
Pontificia
de Salamanca

ADVANCED TRACK FCOMSALAMANCA

ADVANCED TRACK EN COMUNICACIÓN Y MARKETING DEPORTIVO

Facultad de Comunicación

CURSO 2026-2027

DESCRIPCIÓN

Comunicación y Marketing en el Deporte es un programa muy práctico orientado a conectar la formación académica con la realidad profesional del sector. A través de sesiones impartidas por profesionales en activo -de medios de comunicación, clubes deportivos, departamentos de marketing y comunicación digital- los estudiantes desarrollarán competencias clave para el entorno actual: creación de contenidos estratégicos, comunicación digital, gestión de marca, narrativa multimedia, visión empresarial de la comunicación, elaboración de planes de comunicación o escaletas para medios o resolución de situaciones de crisis.

DESTINATARIOS, CRITERIOS DE ADMISIÓN Y NÚMERO DE PLAZAS

Alumnos de todos los grados de la FcomSalamanca.

Alumnos UPSA

Alumni

Externos

100 plazas

OBJETIVO GENERAL Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Con el fin de cumplir con su propósito formativo, se presenta el siguiente objetivo general y los siguientes resultados de aprendizaje esperados:

Objetivo General

Capacitar al alumnado para comprender el funcionamiento de la comunicación y el marketing deportivo desde una perspectiva eminentemente práctica, desarrollando competencias profesionales mediante el aprendizaje directo de expertos del sector. En concreto, su objetivo es dotar a los futuros comunicadores de herramientas actuales, criterio profesional y una mentalidad estratégica que amplíe sus oportunidades de inserción laboral y crecimiento en el ámbito de la comunicación.

Resultados de Aprendizaje

1. Comprender la estructura del ecosistema de comunicación deportiva.
2. Diseñar estrategias de comunicación y marketing aplicadas al deporte.
3. Elaborar contenidos y planes de comunicación.

4. Analizar casos reales de comunicación corporativa y deportiva.
5. Desarrollar una visión estratégica del sector y de sus oportunidades profesionales.

CONTENIDO

El curso está diseñado como un espacio de aprendizaje aplicado, donde teoría y práctica se integran mediante casos reales, talleres y proyectos que preparan al alumno para los retos del mercado laboral. Durante el desarrollo del programa, los asistentes tendrán la posibilidad de asistir a sesiones impartidas por profesionales en activo procedentes de medios de comunicación, clubes deportivos y departamentos de marketing y comunicación digital. El programa se concibe como un espacio de aprendizaje aplicado, en el que teoría y práctica se integran mediante casos reales, talleres y proyectos, con el fin de desarrollar competencias en creación de contenidos estratégicos, comunicación digital, gestión de marca, narrativa multimedia, visión empresarial de la comunicación, elaboración de planes de comunicación, escaletas para medios y resolución de situaciones de crisis. Las sesiones se desarrollarán en modalidad online y tendrán un carácter participativo, abordando temáticas variadas que abarcan todo el ciclo comunicativo. Los contenidos de la formación se organizarán en dos bloques:

1. Primera parte: Comunicación y gestión de la información en el ámbito deportivo

Este bloque aborda el funcionamiento de los gabinetes de comunicación de grandes organizaciones deportivas y el diseño de planes de comunicación alineados con los objetivos de la organización. Asimismo, se trabajará la elaboración de escaletas para radio y televisión, con el fin de estructurar contenidos adaptados a los diferentes formatos de los medios de comunicación.

2. Segunda parte: Marketing digital y comunicación estratégica

Este bloque analiza la gestión de las relaciones con patrocinadores, la aplicación de estrategias de marketing digital para potenciar la visibilidad de proyectos y marcas, y la gestión y dirección de medios de comunicación en un entorno dinámico y cambiante. Se abordarán las herramientas necesarias para conectar eficazmente con los públicos y comprender la importancia de establecer relaciones estratégicas dentro del sector de la comunicación deportiva.

CALENDARIO

Primera Parte: del 1 de octubre al 3 de diciembre de 2026.

Segunda Parte: del 4 de febrero al 29 de abril de 2027.

EVALUACIÓN

La evaluación de los Programas de Extensión Académica requerirá la asistencia de, al menos, el 70 % de las sesiones programadas. Dado el carácter online de las actividades, será obligatoria la conexión con la cámara activada durante el desarrollo de las sesiones, realizándose controles aleatorios de asistencia y permanencia. Asimismo, se tendrá en cuenta la participación activa del estudiante en las distintas actividades y dinámicas propuestas.

PERFIL DEL PROFESORADO

- Arancha Díaz. Directora de Comunicación Federación Española de Rugby. Anteriormente: 10 años en el departamento de comunicación de LaLiga.
- Silvia Barba. Directora de deportes RNE. Antes, TVE.
- Raúl Varela. Presentador Radio Marca y narrador del Real Madrid y Selección Española de fútbol.
- Carlos Yustis- Director de Radio NFL y speaker de los San Francisco 49ers. Presentador de Univisión.
- Pablo Pinto- director de fútbol de DAZN. Comentarista de LaLiga y Mundial 26.
- Héctor Argüelles. OJO, este es MUY capo dentro del programa. Head of Business Operations, EME (Europe & Middle East) y antes Vicepresidente de MKT en NYC.
- Juan Ignacio Gallardo, director diario Marca.
- José Félix Díaz, director diario AS.
- Adrián Boullosa, head of digital strategy en DAZN.
- Rocío Burgos, presentadora de Antena 3.
- Ilde Cortés, ex responsable digital de la RFEF / Sefutbol. Pionero llevando las RRSS de El Desmarque y La Sexta. Actualmente, responsable digital de la Empresa Municipal de Transporte de Madrid.
- Quique Levy- Ex Twitter y Ex Meta en la vertical de deportes. Ahora, en Gameday.
- Marta Aparicio, Responsable estrategia digital de LaLiga.
- Pablo Cabello, Fundador Henko Sports & Entertainment. Ex director comercial del Betis y director de MKT de ACB.
- Abraham Romero, periodista de El Mundo.
- Ainhoa Pérez, presentadora y periodista de DAZN. Comentarista de LaLiga y Mundial 26.
- Héctor Martín, ex director de comunicación de Honda y Marc Márquez. Ahora, DirCom RCD Mallorca.

LUGAR DE IMPARTICIÓN Y RECURSOS MATERIALES

El programa se impartirá en modalidad online con:

- **Sesiones sincrónicas:** Clases en directo a través de la plataforma Blackboard Collaborate. Los jueves, en horario de 18:00 a 20:00 horas.
- **Actividades asincrónicas:** Acceso a grabaciones, presentaciones, lecturas recomendadas, etc.
- **Flexibilidad horaria:** Todas las sesiones en vivo quedarán grabadas, permitiendo al alumnado revisarlas posteriormente según su disponibilidad.

INFORMACIÓN ECONÓMICA

Precio propuesto para la inscripción y/o matrícula de los participantes:

Alumnos 1º: Gratis

Alumnos Fcom otros cursos: 100 euros

Otros¹:

Alumnos UPSA: 100 euros

Alumni: 150 euros

Externos: 200 euros

¹ Siempre que queden plazas disponibles.