

COMETUD

CONSEJO MEXICANO DE TURISMO DEPORTIVO

Programa de capacitación en diseño y
creación de producto turístico deportivo

I. Introducción al Turismo Deportivo

Objetivo

Sensibilizar y capacitar en los alcances de turismo deportivo a nivel nacional e internacional, mediante el análisis de temas actuales, permitiendo su valoración como uno de los principales nichos de mercado fundamentales en todo el sector turístico, para conocer sobre la correcta fusión entre ambas fuentes económicas.

No. de horas

2 horas

Ejes temáticos

- I. Introducción al Turismo Deportivo.
 - I.1 Antecedentes.
 - I.2 ¿Qué es el turismo deportivo?
 - I.3 El deporte y el turismo en México.
 - I.4 Componentes del turismo deportivo.

Facilitador

Lic. José Luis Sosa Limón. Presidente Nacional Consejo Mexicano de Turismo Deportivo, A.C.



II. Modelo de negocio del turismo deportivo

Objetivo

Comprender la naturaleza de un modelo de negocio en materia de turismo deportivo a través de diversas técnicas de innovación, diseño eficaz con propuesta de valor para posicionar el producto turístico en un proyecto competitivo.

**No. de horas**

4 horas

Ejes temáticos

- II. Modelo de negocio del turismo deportivo.
 - II.1 Segmentos de mercado.
 - II.2 Propuestas de valor.
 - II.3 Canales.
 - II.4 Relaciones con los clientes.
 - II.5 Fuentes de ingreso.
 - II.6 Recursos clave.
 - II.7 Actividades clave.
 - II.8 Asociaciones clave.
 - II.9 Estructura de costos.
 - II.10 Mapa de empatía.
 - II.11 Estrategia océano azul.

Facilitador

Dra. Claudia Buelna González. Coordinadora de la Carrera de
Mercadotecnia en UAdeO

III. Creación de productos
eventuales y permanentes.

Objetivo

Construir producto con base a la revisión, análisis, reconocimiento interpretación y ejecución de los bienes y servicios turísticos y deportivos identificando las oportunidades que ofrece el mercado para la satisfacción de los requerimientos del consumidor final.

No. de horas

6 horas

Ejes temáticos

- III. Creación de productos eventuales y permanentes.
- III.1 Definición.
- III.2 Características.
- III.3 Alcances.
- III.4 Taller de desarrollo de productos eventuales.
- III.5 Taller de desarrollo de productos permanentes.

Facilitador

Mtro. Oscar Daniel León. Director General de Proyectos Estratégicos
Secretaría de Turismo del Estado de Guerrero

IV. Comunicación y promoción

Objetivo

Diseñar un plan de comunicación de marketing integral adaptado al público objetivo, mediante herramientas publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas venta personal, marketing directo para comunicar y persuadir con propuesta de valor al segmento de mercado de turismo deportivo.

No. de horas

6 horas

Ejes temáticos

IV. Comunicación y producción.

IV.1 Integración de herramientas y elementos de la comunicación

IV.2 Base y objetivo de la cadena comercial ante consumidores o clientes.

IV.3 Alcance y aprovechamiento de medios tradicionales y digitales.

IV.4 Creación de pautas de comunicación y publicidad.

Facilitador

Lic. Marte Molina Orozco. Director de Planeación y Desarrollo

V. Estrategias de comercialización

**No. de horas**

6 horas

FacilitadorDoctorante Josué Vázquez Reyna RRHH / Docencia /
Conferencista / Standup / ADT**Objetivo**

Crear estrategias de ventas dirigidas al mercado objetivo, considerando dentro del plan comercial convenios y alianzas con plataformas digitales, analizando los procesos operativos de comercialización para consolidar la generación de ingresos directos que lleven a impulsar el desarrollo del destino en el tema del deporte.

Ejes temáticos

- V. Estrategias de comercialización.
- V.1 Generaciones de consumo 2023:
Tendencias y características.
- V.2 Modelos de marketing deportivo:
Estructuras comerciales.
- V.3 Mensajes de poder: Técnicas de prospección y negociación.
- V.4 Comunicación creativa: Originalidad e iniciativa.
- V.5 Inteligencia emocional y comercial.
- V.6 Branding deportivo: Herramientas digitales para la comercialización de productos.