FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 43915
Nombre: El consumidor de actividad física y deporte
Ciclo: Máster Universitario Oficial
Créditos ECTS: 3
Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2179 - Máster Universitario en Dirección y Gestión de la Actividad Física y el Dep	Facultat de Ciències de l'Activitat Física i Esports	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2179 - Máster Universitario en Dirección y Gestión de la Actividad Física y el Dep	El consumidor de actividad física y deporte	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

PRADO GASCO VICENTE JAVIER

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.

te;n 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 se válidos parcialmente.
No existen restricciones de mat

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2179 - Máster Universitario en Dirección y Gestión de la Actividad Física y el Dep

Comprender y respetar la diversidad de gustos, intereses y capacidades en la gestión y promoción de la actividad física.

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.

Conocer las principales variables que influyen en el comportamiento del consumidor-usuario de servicios deportivos.

Conocer y actuar dentro de los principios éticos y deontológicos necesarios para el correcto ejercicio profesional así como de responsabilidad en las actuaciones.

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.

Desarrollar la capacidad de análisis, de toma de decisiones y de resolver problemas de forma eficiente.

Facilitar la transferencia de conocimientos teóricos a la práctica profesional de la gestión el deporte.

Fomentar entre los estudiantes la aplicación de los métodos de investigación a la gestión del deporte.

Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres a través de la gestión y organización de la actividad físico-deportiva.

Organizar, dirigir, planificar y evaluar en cualquier situación de forma eficiente.

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.

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.

Ser capaz de diseñar servicios y actividades para los distintos tipos de consumidores del 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 (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría-Prácticas	18,00
Total horas	**18,00**

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	7,00
Preparación de actividades de evaluación	8,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	**45,00**

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.

null
null

EVALUACIÓN

1. Examen de los contenidos expuestos en las clases teórico-prácticas. Valor máximo: el 60% de la calificación final.
2. Realización de un supuesto práctico en grupos o individual para valorar el grado de dominio de las competencias. Valor máximo: el 40% 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.

BIBLIOGRAFÍA

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.

Quintanilla I (2002). Psicología del Consumidor. Pearson. 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.