FITXA IDENTIFICATIVA

DADES DE L'ASSIGNATURA

Codi: 43915
Nom: El consumidor d'activitat física i esport
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 3
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Periode
2179 - Màster Universitari en Direcció i Gestió de l'Activitat Física i l'Esport	Facultat de Ciències de l'Activitat Física i Esports	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2179 - Màster Universitari en Direcció i Gestió de l'Activitat Física i l'Esport	El consumidor d'activitat física i esport	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

PRADO GASCO VICENTE JAVIER

RESUM

Aquesta matèria és de caràcter obligatori en el màster i s'impartirà en el 1º semestre. Pretén que l'alumnat adquireixi uns coneixements, competències i habilitats relacionats amb el comportament del consumidor d'esport. S'entendrà com a consumidor a tot aquell que adquireixi, usi o valori qualsevol producte o activitat física esportiva o tingui interès en l'esport. Per a això, s'analitzarà tot el procés d'anàlisi i decisió de compra que realitzen els consumidors. Es buscarà donar resposta a preguntes com: quina compra?, qui compra?, Per què compra?, Com compra?, Quan compra?, On compra?, Quant compra?, entre altres amb l'objectiu final de comprendre tots els mecanismes que regulen la decisió de compra o ús d'un servei esportiu

a o ús d'un servei esportiu

CONEIXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

Els coneixements previs són els propis de la Llicenciatura o el Grau en Ciències de l'Activitat Física i l'Esport. I en el cas que no es tinguin els coneixements que aporten aquests estudis, és important tenir coneixements a l'àrea d'educació Física i Esportiva, que puguin donar els estudis de Magisteri, amb especialitat en Educació Física. Altres coneixements procedents de titulacions de ciències socials i jurídiques, també poden es vàlids parcialment.
No existeixen restriccions de matrícula amb altres as

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

2179 - Màster Universitari en Direcció i Gestió de l'Activitat Física i l'Esport

Comprendre i respectar la diversitat de gustos, interessos i capacitats en la gestió i promoció de l'activitat física.

Conéixer, comprendre i aplicar els tipus de disseny, instruments i anàlisi de dades adaptats a l'àmbit de la gestió de l'activitat física i l'esport.

Conéixer i actuar dins dels principis ètics i deontològics necessaris per al correcte exercici professional així com de responsabilitat en les actuacions.

Conéixer i saber aplicar les habilitats de lideratge, de comunicació i relació interpersonal.

Conéixer les principals variables que influïxen en el comportament del consumidor-usuari de servicis esportius.

Desenvolupar la capacitat d'adaptació a noves situacions així com d'un aprenentatge constant autònom i diversificat.

Desenvolupar la capacitat d'anàlisi, de presa de decisions i de resoldre problemes de forma eficient.

Facilitar la transferència de coneixements teòrics a la pràctica professional de la gestió l'esport.

Fomentar entre els estudiants l'aplicació dels mètodes d'investigació a la gestió de l'esport.

Fomentar la igualtat entre hòmens i dones a través de la gestió i organització de l'activitat fisicoesportiva.

Organitzar, dirigir, planificar i avaluar en qualsevol situació de forma eficient.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Ser capaç de dissenyar servicis i activitats per als distints tipus de consumidors de l'esport.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. El consumidor de la AF i E.

La matèria persegueix que els alumnes/as adquireixin els coneixements necessaris sobre el comportament del consumidor d'esport i activitat física. A més de l'estudi teòric dels continguts exposats en classe, es realitzaran casos pràctics que facilitin la resolució de situacions que se'ls pugui plantejar en el seu futur professional.

La matèria s'organitzarà en els següents blocs temàtics:
1. El comportament del consumidor esportiu.
2. La presa de decisions del consumidor-usuari.
3. Els processos cognitius i experimentals del consumidor d'esport.
4. Característiques del consumidor esportiu.

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria-Pràctiques	18,00
Total hores	**18,00**

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	0,00
Estudi i treball autònom	30,00
Preparació de classes	7,00
Preparació d'activitats d'avaluació	8,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	**45,00**

METODOLOGIA DOCENT

1. Exposicions magistrals presencials i a través d'Internet de continguts pel professorat (classes teòriques).
2. Discussió en petits grups dels estudiants amb i sense intervenció del professorat (generalment en els seminaris).
3. Temps d'estudi individual autònom o tutelat (generalment per elaborar treballs o per preparar proves d'avaluació).
4. Presentació dels treballs
5. Reunions de tutoria individual

individual

AVALUACIÓ

BIBLIOGRAFIA

- 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. 29casos 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.

- 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.