

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES  
CARRERA DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA,  
DEPORTES Y RECREACIÓN**



**DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DEL EQUIPO DE BALONCESTO DE LA ESPE**

**AUTOR:**

**CAPT. DE C.B HERNÁNDEZ JÁCOME HUGO ESTEBAN**

**DIRECTOR:**

**MSC. OSWALDO ORTIZ A.**

**CODIRECTOR:**

**MBA. FRANCISCO MOSCOSO**

# **UNIDAD I: PLANIFICACIÓN DE LA TESIS:**

- 1. Título de la Investigación**
- 2. Justificación del Estudio**
- 3. Marco Teórico**

**Aspectos generales del Marketing Deportivo y el baloncesto.**

## **3.1 MARKETING**

- 3.1.1 Concepto de Marketing**
- 3.1.2 Definición de Marketing**
- 3.1.3 Evolución del Marketing**
- 3.1.4 Introducción al Marketing Deportivo**
- 3.1.5 Evolución del Marketing en el deporte**
- 3.1.6 Importancia del Marketing Deportivo**
- 3.1.7 Casos de éxito de Marketing Deportivo en el mundo**
- 3.1.8 El deporte dentro de la jerarquía de las necesidades**
- 3.1.9 El Marketing como generador de necesidades y deseos**
- 3.1.10 El consumo deportivo**

## **3.2 BALONCESTO**

- 3.2.1 Introducción**
- 3.2.2 Reseña histórica**
- 3.2.3 Definición del juego del baloncesto**
- 3.2.4 Equipo de baloncesto de la Espe**
  - 3.2.4.1 Historia del Equipo de Baloncesto de la ESPE.**
  - 3.2.4.2 Logros del Equipo de Baloncesto de la ESPE.**
  - 3.2.4.3 Convenios institucionales.**
  - 3.2.4.4 Actividades de Marketing del Equipo de Baloncesto de la ESPE.**

### **3.2.4.5 Evaluación del desempeño de las actividades de Marketing del Equipo de Baloncesto de la ESPE.**

- 4. Enunciado del problema objeto de investigación**
- 5. Planteamiento del problema**
- 6. Preguntas de investigación**
- 7. Objetivo General de la Investigación.- Propósito del proyecto**
- 8. Objetivos específicos propuestos.- Componentes del proyecto**
- 9. Matriz de Análisis De Fuerzas**
- 10. Matriz de Involucrados**
- 11. Árbol de Problemas**
- 12. Árbol de Objetivos**
- 13. Matriz de Marco Lógico**
- 14. Análisis de Problema (Análisis Sectorial- Situación Actual)**

## **UNIDAD 2: PROCESO INVESTIGATIVO**

### **1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- 1.1 Determinación del problema de Investigación de mercado.**
- 1.2 Herramientas de investigación**
- 1.3 Determinación de objetivos de Investigación de mercado.**
- 1.4 Instructivos de aplicación**
- 1.5 Diseño de la investigación.**
- 1.6 Análisis de resultados.**

## **UNIDAD 3: PLAN DE MARKETING**

- 1. Estudio de las características de la promoción del Equipo de Baloncesto de la ESPE.**

## **1.1 Análisis de la situación**

### **1.1.1 Empresa, marca y posición.**

- 1.1.2 El mercado.**
- 1.1.3 La competencia.**
- 1.1.4 Análisis D.A.F.O.**
- 1.1.5 Posicionamiento actual.**
- 1.1.6 Claves para el éxito.**
- 1.1.7 Análisis de la distribución**

### **1.2 Plan de Marketing.**

- 1.2.1 Objetivos de Marketing.**
- 1.2.2 Objetivos económicos.**
- 1.2.3 Cuota de mercado.**

### **1.3 Estrategias de marketing**

- 1.3.1 Estrategias de Producto**
- 1.3.2 Estrategias de Precio**
- 1.3.3 Estrategias de Promoción**
- 1.3.4 Estrategias de Posicionamiento (Distribución)**
- 1.3.5 Estrategias de Comunicación**
- 1.3.6 Estrategias de procesos**
- 1.3.7 Estrategias de prestación de servicios**
- 1.3.8 Estrategias de personal**
- 1.3.9 Implementación**

- ✚ Requisitos de personal**
- ✚ Asignación de responsabilidades**
- ✚ Requisitos financieros**

- 1.3.10 Indicadores de Gestión.**
- 1.3.11 Cronograma del Plan de Marketing**
- 1.3.12 Conclusiones y recomendaciones.**

- ✓ Conclusiones.**
- ✓ Recomendaciones.**

### **1.3.13 Bibliografía**