

**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