

## **RESUMEN**

El presente proyecto detalla la información precisa acerca del Taekwondo, así como del marketing deportivo y su incidencia en una disciplina de alto nivel.

Además se da la pauta para la aplicación de herramientas conjugadas entre sí, donde el Marketing Mix (4 p's), producto, precio, plaza (distribución) y promoción se relacionan para la creación de estrategias que servirán para el desarrollo y estructura organizacional para una empresa o entidad que genera un servicio a la comunidad, como es el caso del Club de Taekwondo de la ESPE.

Dentro del proyecto, se detalla al problema y sus variables, así como las hipótesis que se desprenden del mismo con el fin de tener la idea clara del fin del estudio, además se realiza un marco teórico donde se da a conocer al taekwondo como una disciplina que une el cuerpo, mente y alma y eleva a la persona no solo a una práctica física sino espiritual, no obstante, es de vital importancia también el concepto del marketing como la herramienta que conducirá a la mejora en la gestión del Club.

A su vez se establece la metodología a seguir, así como el plan de marketing, el cual constituye las estrategias a ser implementadas, y posteriormente los requisitos propios para llevar a cabo el proyecto, para finalmente resumir conclusiones y proponer recomendaciones acerca del mismo.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **TAEKWONDO**
- **MARKETING DEPORTIVO**
- **MARKETING MIX**
- **PLAN DE MARKETING**
- **ESTRATEGIAS**

## **SUMMARY**

This project requires detailed information about Taekwondo as well as sports marketing and its impact on high-level discipline.

Also the tone for the application of conjugate each other tools, where the Marketing Mix (4 P's), product, price, place (distribution) and promotion related to the development of strategies that will serve for development and organizational structure for a given company or entity that generates a community service, such as Taekwondo Club of the ESPE.

Within the project, detailed the problem and its variables and hypotheses that emerge from it in order to have a clear idea of the end of the study, also a theoretical framework where it is made known to taekwondo as a discipline is made connecting the body, mind and soul and elevates the person not only physical but spiritual practice, however, it is also vitally important concept of marketing as a tool that will lead to improved management of the Club.

In turn, the methodology to be set, and the marketing plan, which constitutes the strategies to be implemented, and subsequently own requirements for carrying out the project, and finally summarize findings and make recommendations relating thereto.

**KEYWORDS:**

- **TAEKWONDO**
- **SPORTS MARKETING**
- **MARKETING MIX**
- **MARKETING PLAN**
- **STRATEGIES**