

## Desglose de la composición de los bloques del temario

BLOQUE I: Equipo de gestión.

BLOQUE II: Estudio de los tipos de instalaciones de pádel del mercado.

BLOQUE III: Estudio del mercado integral del sector de la gestión de pádel.

BLOQUE IV: Modelo de gestión deportiva por departamentos.

Objetivos, planificación e implantación.

BLOQUE V: Implantación academia y escuelas de pádel.

Gestión, control y rentabilidad.

BLOQUE VI: Business Plan. Modelos de negocio.

BLOQUE VII: Marketing, publicidad y comunicación.

BLOQUE VIII: Proyecto final.

### Introducción:

- La industria actual del pádel.
- Análisis inicial del sector
- Objetivos de la formación.
- ¿Qué es la dirección deportiva integral?

### BLOQUE I: Equipo de gestión.

- La importancia del equipo. Jerarquía.
- El valor del liderazgo.
- Funciones y responsabilidades del director deportivo.

#### a. Imagen:

- Valores.
- Perfil.
- Su imagen.
- Formación.



- b. Asesoramiento y funciones:
  - Objetivos.
  - Mensajes.
  - Soluciones.
  - Criterio profesional.
  - Formación al equipo de trabajo.
- c. Capacidades:
  - Toma de decisiones.
  - Planificación.
  - Control.
  - Redirección.
  - Análisis.
  - Resultados.

### BLOQUE II: Estudio de los tipos de instalaciones de pádel del mercado.

- Tipos de clubes o instalaciones de pádel:
  - Megaclubes.
  - Macroclubes.
  - Miniclubes.
  - Instalaciones municipales: Concesiones o licitaciones públicas.
  - Instalaciones de complementos.
  
- Cómo diseñar un club de pádel:
  - Accesos al club.
  - Funcionalidad de la distribución interna, optimización del espacio y planificación.
  - Zonas de aparcamientos.
  - Entrada al club.
  - Recepción:
    - o Punto de información.
    - o Asesoramiento personalizado.
    - o Documentación física.
    - o Paneles de asesoramiento.
    - o Zona de control de acceso.



- Tienda deportiva:
  - La importancia de una tienda deportiva en un club de pádel.
  - Mobiliario.
  - Distribución del género:
    - o Escaparatismo.
    - o Rotación de los productos.
    - o Merchandising.
    - o Acciones de compra.
    - o Control del stock.
    - o Servicio postventa.
    - o Fidelización del cliente.
  
- Vestuarios:
  - Estrategias de conexión con el cliente.
  - Servicio al cliente.
  - Limpieza y mantenimientos mínimos.
  - Asociación de la imagen del club. Ideas.
  
- Cafetería:
  - La importancia de ese servicio. Recurso de socialización.
  - Servicio profesional.
  - Salón social.
  - Calidad y precio.
  - Actividades diarias.
  - Servicios extras.
  
- La pista de pádel:
  - Estudio sobre el producto.
  - Accesos.
  - Orientación.
  - Cristal o muro.
  - Césped. Fabricación y características.
  - Puertas y distancias.



- Iluminación.
  - Malla.
  - Materiales de construcción de las pistas. Planos de las medidas.
  - Pavimentación de la pista. Construcción.
- 
- Áreas de trabajo. Oficinas:
    - Importancia del espacio.
    - Objetivos.
    - Departamentos.
    - Diseño.
    - Orden.
- 
- Estructuración de un club de pádel:
    - Idea principal.
    - Perfil de cliente.
    - Tipología de club.
    - Concadenación de la estructura.
    - Tipo de recepción.
    - Servicios profesionales.
    - Departamentos de gestión.
    - Jerarquía de trabajo.
    - Cuenta de resultados.
- 
- Pasos para diseñar y ejecutar un club:
    - Agrupar ideas.
    - Transferir ideas.
    - Plasmar ideas.
    - Marcar plazos.



### BLOQUE III: Estudio del mercado integral del sector de la gestión de pádel.

- Objetivo del estudio del mercado.
- ¿Cómo se realiza un estudio de mercado?. Parámetros:
  - informe de clubes del perímetro.
  - Estudio del sistema de gestión y servicios.
  - Datos del club.
  - Análisis económico de las pistas.
  - Análisis de las escuelas de pádel.
  - Estudio de los servicios adicionales.
  - Asesoramiento personalizado. Vías.
  - Estudio externo e interno.
- Estudio de datos analíticos.
- Análisis DAFO:
  - El análisis interno.
  - El análisis externo.
  - Definición de la estrategia.
  - Fortalezas internas.
  - Debilidades internas.
  - Oportunidades externas.
  - Amenazas externas.
  - Ejercicio práctico del análisis DAFO.

### BLOQUE IV: Modelo de gestión deportiva por departamentos. Objetivos, planificación e implantación.

- Empresa. Concepto:
  - El colectivo.
  - Unificación de criterios.
  - Objetivos.
  - Valores añadidos.



- ¿Qué es la gestión deportiva integral?. Concepto.
- La importancia de los departamentos. Tipos.
- Jerarquía de la empresa. Funciones y responsabilidades.
  - Departamento de gestión: Director deportivo.
  - Departamento deportivo: Coordinador deportivo.
  - Departamento de asesoramiento: Recepcionistas.
  - Departamento de marketing y publicidad: Responsable del departamento.
  - Departamento de mantenimiento: Responsable del departamento.
  - Departamento de administración: Responsable del departamento.
- Franjas horarias:
  - Horas valle.
  - Horas full.
  - Horarios del equipo de trabajo. Cuadrante tipo.
- Establecer tarifas:
  - Cuotas sociales. ¿Socios o no socios?. Valoraciones.
  - Tarifa de las pistas.
  - Tarifa de los servicios.
- Ramificaciones de ingresos de la empresa:
  - Cuotas.
  - Alquileres y reserva de pistas.
  - Infraestructura deportiva. Tipos de actividades y desarrollo.
  - Eventos. Tipos. Ejemplo de calendario.
  - Escuelas/academias de pádel.
  - Patrocinios y publicidad.
  - Merchandising del producto propio.
- Implantación del sistema de gestión. Prototipo modelo:
  - Paso 1: Sistema de promoción inicial.
  - Paso 2: Sistema de gestión interno.
- Organización y herramientas de trabajo:
  - La importancia de una BB.DD segmentada:
    - o Análisis de todos los datos necesarios.
    - o BB.DD masa social.
    - o BB.DD de empresas.



- Herramientas físicas:
  - o Dossier off line de la empresa.
  - o Hoja de inscripción al club.
- Soporte logístico:
  - o Web.
  - o Perfiles RR.SS.
  - o Creación logística física interna.
- Formación interna del equipo:
  - Diseño del protocolo de empresa.
  - Modelo de gestión deportiva.
  - Valores de la empresa.
  - Profesionalidad.
  - Responsabilidades.
- Software de gestión.

### BLOQUE V: Implantación academia y escuelas de pádel. Control, Gestión y Rentabilidad.

- Introducción. La importancia de crear una academia de volumen:
  - o Modelo de negocio.
  - o Estudio de los datos internos.
  - o BB.DD de alumnos. Estudio de los perfiles.
- Análisis de la docencia del pádel:
  - o Situación actual del sector.
  - o Las necesidades del sector de docencia.
  - o Perfil del monitor de pádel.
- Análisis de valoraciones del monitor de pádel.
- La necesidad de adaptarse:
  - Ser profesional.
  - Necesidades del alumno.
  - Responsabilidad profesional.
  - Empatizar en situaciones.



- Protocolo interno.
- Herramientas de trabajo:
  - Dossier de asesoramiento para el alumno
  - Dossier de metodología de trabajo
  - Formulario de inscripción academia de adultos y de menores
  - Formulario de adultos de competición
  - Bases/normativa de la academia profesional
  - Ficha de implantación de objetivos
  - Ficha de seguimiento de valoraciones mensuales
  - Ficha de seguimiento de valoraciones trimestrales
  - Declaración de consentimiento de protección de datos
  
- Metodología de enseñanza:
  - ¿En qué se basa el método de enseñanza?.
  - ¿Cuáles son los objetivos del método?.
  - Unificación de criterios.
  - ¿Qué valores transmiten?.
  
- Diagnóstico del alumno.
- Propuesta profesional.
- Software CGR:
  - ¿Qué es el CGR? ¿Qué aportará a vuestra escuela o academia de pádel?.
  - ¿Cuáles son los objetivos del CGR?.
  - ¿Cuáles son las principales funciones del CGR?.
    - o Sistema de gestión interno.
    - o Metodología de enseñanza.
    - o Niveles de enseñanza.
    - o Base de datos. Alta de alumnos.
    - o Ficha del alumno. Historial.
    - o Organización de grupos. Crear grupos.
    - o Planificador.
    - o Seguimiento al alumno.
      - ¿Cómo se lleva a cabo el seguimiento del alumno?.
      - ¿Cómo se realizan los informes?.
      - ¿Cómo se entregan los informes a los alumnos?.
    - o Control financiero de la escuela o academia de pádel.
      - ¿Cómo se controlan los cobros a los alumnos?.





- ¿Cómo se controlan los datos financieros de la escuela?.
  - Historial financiero.
  - Características del CGR.
  - Alta en el CGR.
- Implantación de las estrategias on line:
  - Crear la web o el espacio on line de la escuela o academia en exclusiva.
  - Tipos de estrategias. Generación de contenidos.
  - RR.SS.
  - Establecer dinámica de horarios.

### BLOQUE VI: Business Plan. Modelos de negocio.

- La importancia de un business plan económico – financiero.
- Responsabilidad de confeccionar los números.
- Financiación del proyecto.
  - Fondo de maniobra.
  - Financiación del proyecto.
  - Pres. inversiones.
- Análisis de marcos:
  - Ingresos previsto para el primer año:
    - Alquiler de pistas, cafetería, eventos y merchandising.
    - Cuota de socio, actividades semanales.
    - Ingresos.
    - Gastos de personal.
    - Otros gastos de explotación.
  - Previsión de ingresos 5 años:
    - Punto de equilibrio y margen.
    - Ingresos y gastos.
    - Necesidades operativas de fondo y presupuesto de inversiones.
    - Cuenta de resultado provisional.
    - Cuenta de tesorería provisional.
    - Balance provisional.
    - Flujos de caja.
    - Tir y van del proyecto.



BLOQUE VII: Marketing, publicidad y comunicación.

- Enfoque del marketing para nuestro club. Introducción.
- Conceptos asociados.
- Tecnologías aplicadas al marketing:
  - Web site.
  - Dossier off line.
  - RR.SS. Interacción.
  - Estrategias on line.
  - Generación de contenidos.
  - Posicionamiento.
  - Control de datos analíticos.
- Plan de comunicación:
  - Punto de partida.
  - Objetivos. Sub – objetivos.
  - Tipo de estrategia del plan.
  - Aplicación de la estrategias en las RR.SS.
  - Campañas en los diferentes tipos de RR.SS.
  - Contenido gráfico.
  - Videos de marketing.
- Gestión de patrocinadores:
  - Focalizar el objetivo.
  - Estudio interno y externo del objetivo.
  - Plan de comunicación. Presentación.
  - Elaborar la propuesta de sinergia.
  - Exponer datos potenciales a ofrecer.
  - Creación del dossier profesional off line.
  - Guión de la exposición del proyecto.
- Exposición de casos reales.



BLOQUE: VIII: Proyecto final.

Elegir entre estos dos proyectos. Los alumnos disponen de 3 meses para elaborar y presentar su proyecto para que nuestros directores técnicos lo valoren.

### PROYECTO 1: Proyecto para presentar a un inversor

1. Elegir un tipo de club sobre el que realizar el proyecto.
2. Introducción y objetivos.
3. Análisis DAFO del mercado e interno.
4. Estudio de mercado . Análisis de la competencia. Cuadrante de comparativas.
5. Desarrollar modelo de gestión deportiva e implantar.
6. Desarrollar proyecto de academia y escuela de pádel para el club.
7. Elaborar plan de negocios sobre el sistema de gestión deportiva implantado.
8. Diseñar plan de marketing, publicidad y comunicación.

### PROYECTO 2: Nuevo proyecto de gestión del club.

1. Análisis interno del funcionamiento actual del club.
2. Objetivos de mejoras del club.
3. Prioridades de cambios a implantar.
4. Desarrollar las 3 primeras prioridades.
5. Establecer objetivos en tiempo.

