

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:
 - Punto de información.
 - Asesoramiento personalizado.
 - Documentación física.
 - Paneles de asesoramiento.
 - Zona de control de acceso.

- Tienda deportiva:
 - La importancia de una tienda deportiva en un club de pádel.
 - Mobiliario.
 - Distribución del género:
 - Escaparatismo.
 - Rotación de los productos.
 - Merchandising.
 - Acciones de compra.



*

- Control del stock.
 - Servicio postventa.
 - 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.
 - Concatenación 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:
 - Análisis de todos los datos necesarios.
 - BB.DD masa social.
 - BB.DD de empresas.

 - Herramientas físicas:
 - Dossier off line de la empresa.
 - Hoja de inscripción al club.

 - Soporte logístico:
 - Web.
 - Perfiles RR.SS.
 - 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:
 - Modelo de negocio.
 - Estudio de los datos internos.
 - BB.DD de alumnos. Estudio de los perfiles.

- Análisis de la docencia del pádel:
 - Situación actual del sector.
 - Las necesidades del sector de docencia.
 - 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 valoren 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?.
 - Sistema de gestión interno.
 - Metodología de enseñanza.
 - Niveles de enseñanza.
 - Base de datos. Alta de alumnos.
 - Ficha del alumno. Historial.
 - Organización de grupos. Crear grupos.
 - Planificador.
 - 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?
 - 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 previstos 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 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.

