

Índice

Resumen	4
Introducción	5
Objetivos	7
Marco teórico	8
Fútbol como fenómeno cultural masivo	8
Marketing deportivo	9
Turismo deportivo	11
Metodología	13
Promoción turística de Barcelona	14
Caso de estudio: Fútbol Club Barcelona	17
Estrategias de Marketing del FCB	19
Branding	19
Benchmarking	23
Desarrollo del sistema Seient Lliure	24
Promoción del tour del Spotify Camp Nou y Museo	25
Patrocinio	26
Lionel Messi	31
Impactos económicos del turismo por el FC Barcelona	40
Conclusiones	43
Referencias bibliográficas	46
Anexo	51