

PIANO DIDATTICO

TITOLO	SPORTOUR- SPORT MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE TERRITORIAL ECOSYSTEMS																																												
PIANO DIDATTICO E DESCRIZIONE DEI SINGOLI INSEGNAMENTI	<p>Il corso si sviluppa attorno a 3 principali ambiti tematici (HUB):</p> <p>1. STRATEGIA E MANAGEMENT DELLO SPORT</p> <p>2. SOSTENIBILITA', INCLUSIONE E ECOSISTEMI TERRITORIALI</p> <p>3. COMUNICAZIONE E MARKETING DEGLI EVENTI</p> <p>Ogni HUB sarà articolato in diversi moduli didattici (da 5 ore ciascuno) che prevedono lezioni frontali tenute da docenti UNIBG e visiting professor provenienti da centri di ricerca, università e realtà imprenditoriali con expertise nello sport ed event management.</p> <p>Il metodo di apprendimento sarà basato sul Challenge Based Learning (CBL), un approccio formativo che dà forma a programmi aperti e flessibili grazie all'adozione di metodologie student-oriented che seguono tecniche di apprendimento collaborativo (Barkley, Cross, Major, 2004). Ne consegue che gli studenti diventano i principali protagonisti di una didattica transdisciplinare dove la loro elaborazione e partecipazione attiva contribuiscono allo sviluppo di nuove soluzioni a problemi reali provenienti dalla società in cui vivono.</p> <p>Al fine di garantire il rispetto di tale approccio CBL, il Corso di Perfezionamento prevede l'organizzazione di alcuni momenti di coinvolgimento degli attori pubblici e privati del territorio:</p> <p>Il corso prevede n. 350 ore di attività per un totale di 14 crediti formativi universitari, ed è così articolato:</p> <p>120 ore di attività didattiche:</p> <p>63 ore lezione frontale in presenza + 57 ore didattica a distanza DAD</p> <p>180 ore di lavoro individuale</p> <p>50 ore tra project work (25 ore) e prova finale (25 ore)</p> <p>La prova finale orale è volta all'accertamento delle competenze acquisite e alla maturazione dei CFU previsti; alla prova finale è attribuito un giudizio.</p>																																												
	<table><tr><th>Insegnamenti</th><th>SSD</th><th>ORE TOTALI</th><th>ORE AULA</th><th>DAD</th></tr><tr><td colspan="5">1. STRATEGIA E MANAGEMENT DELLO SPORT</td></tr><tr><td>Event e Sport Management</td><td>SECS-P/08</td><td>15</td><td>10</td><td>5</td></tr><tr><td>Pianificazione e Programmazione degli eventi</td><td>SECS-P/08</td><td>15</td><td>5</td><td>10</td></tr><tr><td>Sponsorship e finanza</td><td>SECS-P/09</td><td>15</td><td>8</td><td>7</td></tr><tr><td colspan="5">2. SOSTENIBILITA', INCLUSIONE E ECOSISTEMI TERRITORIALI</td></tr><tr><td>Governance dello sport ed ecosistemi territoriali sostenibili</td><td>M-GGR/01, M-GGR/02, SPS/08, ICAR/20</td><td>25</td><td>15</td><td>10</td></tr><tr><td>Eventi sportivi, etica e sostenibilità</td><td>M-EDF/01, IUS/20</td><td>10</td><td>5</td><td>5</td></tr></table>					Insegnamenti	SSD	ORE TOTALI	ORE AULA	DAD	1. STRATEGIA E MANAGEMENT DELLO SPORT					Event e Sport Management	SECS-P/08	15	10	5	Pianificazione e Programmazione degli eventi	SECS-P/08	15	5	10	Sponsorship e finanza	SECS-P/09	15	8	7	2. SOSTENIBILITA', INCLUSIONE E ECOSISTEMI TERRITORIALI					Governance dello sport ed ecosistemi territoriali sostenibili	M-GGR/01, M-GGR/02, SPS/08, ICAR/20	25	15	10	Eventi sportivi, etica e sostenibilità	M-EDF/01, IUS/20	10	5	5
	Insegnamenti	SSD	ORE TOTALI	ORE AULA	DAD																																								
	1. STRATEGIA E MANAGEMENT DELLO SPORT																																												
	Event e Sport Management	SECS-P/08	15	10	5																																								
	Pianificazione e Programmazione degli eventi	SECS-P/08	15	5	10																																								
	Sponsorship e finanza	SECS-P/09	15	8	7																																								
	2. SOSTENIBILITA', INCLUSIONE E ECOSISTEMI TERRITORIALI																																												
	Governance dello sport ed ecosistemi territoriali sostenibili	M-GGR/01, M-GGR/02, SPS/08, ICAR/20	25	15	10																																								
	Eventi sportivi, etica e sostenibilità	M-EDF/01, IUS/20	10	5	5																																								

Diritto dello sport, interculturalità e inclusività	IUS/14 M-PED/03	10	5	5
3. COMUNICAZIONE E MARKETING DEGLI EVENTI				
Digital Marketing e branding	SECS-P/08	10	5	5
Advertising & Social Media	SECS-P/08; SPS/08	10	5	5
Esports management	SECS-P/08	10	5	5
Totale attività didattica		120	63	57
Project work e prova finale		50		
Formazione individuale		180		
TOTALE		350		

Descrizione dei contenuti dei singoli insegnamenti

1. STRATEGIA E MANAGEMENT DELLO SPORT

Event & Sport Management

L'obiettivo del modulo è quello di comprendere le leve strategiche ed operative che sono alla base del *business multisided* degli eventi e dello sport. Inoltre, si introdurranno temi relativi ai valori, missioni ed obiettivi che sottendono l'organizzazione di eventi ed attività di intrattenimento ricreative legate soprattutto all' sport e all'esports. Temi quali business model, customer journey, customer experience, pianificazione, programmazione e pricing strategies saranno al centro di casi di studio ed esercitazioni in laboratorio. Alla fine del modulo i partecipanti dovranno sviluppare un business plan per un evento specifico.

Pianificazione e programmazione degli eventi

In questo modulo gli studenti svilupperanno il business plan di un evento specifico declinandolo in obiettivi ed attività più operative di organizzazione e pianificazione delle attività e delle risorse. Saranno inoltre sperimentati sul campo la capacità di lavorare in gruppo e lo sviluppo di soft skill, come la leadership, la gestione del tempo, l'organizzazione del lavoro in ambienti online ed offline sono alcune delle competenze che questo modulo si propone di potenziare. Inoltre, i partecipanti apprenderanno l'utilizzo di diverse piattaforme e applicazioni per la gestione dei team.

Sponsorship e finanza

Questo modulo riguarderà la conoscenza di diverse tipologie di sponsorship (financial, in-kind, promotional and media sponsorship) e la loro applicazione concreta. Gli studenti apprenderanno come targettizzare gli sponsor, raggiungerli e creare offerte su misura per gli sponsor. Apprenderanno inoltre come pensare agli sponsor come tipologia particolare di clienti e quindi sviluppare sponsorship kit personalizzati sulla tipologia di visibilità ricercata nell'evento.

2. SOSTENIBILITA', INCLUSIONE E ECOSISTEMI TERRITORIALI

Governance dello sport ed ecosistemi territoriali sostenibili

In questo modulo gli studenti svilupperanno conoscenze e competenze sull'analisi territoriale e sull'identificazione degli attori sociali istituzionali, nonché sulle metodologie per il loro coinvolgimento al fine di proporre una co-progettazione in chiave sostenibile degli eventi sportivi al fine di creare ecosistemi territoriali di innovazione. In questo modulo gli studenti affrontano l'analisi degli eventi sportivi come fenomeni da analizzare in chiave sistemica e transdisciplinare, dal momento che attivano processi sociali, ambientali, economici, urbanistici, che necessitano di una

analisi spazio-temporale al fine di ridurre gli impatti sui territori e sulle comunità e al fine di considerarli come volano di progettazione territoriale sostenibile, anche in ottica turistica.

Eventi sportivi, etica e sostenibilità

In questo modulo i corsisti acquisiscono le competenze utili per ideare eventi sportivi a basso impatto ambientale, capaci di avviare modelli virtuosi di sviluppo sostenibile dei territori. Al contempo, essi possono valutare l'opportunità di riconvertire eventi già esistenti ad un nuovo modello di organizzazione capace di avviare percorsi di etica degli eventi e delle manifestazioni.

Diritto dello sport, interculturalità e inclusività

In questo modulo gli studenti affrontano alcune basi relative al diritto dello sport a livello europeo e al tema dell'inclusività e della partecipazione degli atleti nelle competizioni sportive, in modo critico a seconda di questioni di genere, economiche, culturali. Inoltre essi affrontano il tema dell'inclusività nello sport, intesa nelle sue molteplici prospettive, quale fenomeno utile a ridurre le barriere esistenti tra diversità di natura fisica, psico-fisica, economica, sociale e culturale. Si affrontano le potenzialità degli eventi sportivi nell'avviare processi di inclusione sociale e di perseguimento di obiettivi di rigenerazione dei territori contro le disuguaglianze.

3. COMUNICAZIONE E MARKETING DEGLI EVENTI

Digital Marketing & Branding

I numerosi strumenti di digital marketing e di digital communication saranno integrati in una visione e framework univoco. Questo modulo permetterà agli studenti di sintetizzare e far convergere in una unica prospettiva le numerose attività di comunicazione e marketing digitale in grado di interfacciarsi con i diversi target del business (es. sportivi, spettatori, partecipanti, sponsor, istituzioni ed associazioni). Specifiche tecniche di branding e di comunicazione online ed offline saranno sviluppate per seguire i touch point specifici.

Advertising & Social Media

In questo modulo verranno approfondite le tecniche e gli strumenti per comporre contenuti efficaci per i diversi social network (Facebook, Instagram, LinkedIn, ecc). Gli studenti apprenderanno a conoscere i vari canali social come strumento per promuovere e aumentare la lead generation che sottostanno all'impostazione di una strategia e di un social media plan. Inoltre, verranno approfondite le tecniche e gli strumenti per l'impostazione di campagne pubblicitarie attraverso i social network (Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, ecc). Gli studenti apprenderanno a conoscere i vari canali social come strumento per promuovere e aumentare le vendite e le regole che sottostanno all'impostazione di campagne pubblicitarie sui social media.

Esports management

I partecipanti avranno anche l'opportunità di esplorare la cultura degli esports, il suo pubblico e la sua base di fan, nonché una varietà dei generi di gioco attuali più popolari. Inoltre apprenderanno come muoversi all'interno del business degli esports, interfacciandosi con comunità di giocatori professionisti ed i loro fans e sviluppando piani di marketing digitale per eventi di esports, nonché studiare la normativa ad oggi vigente in divenire.