

DIRITTO E MANAGEMENT DELLO SPORT (LB48)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLO SPORT

GenCod A006438

Docente titolare Amedeo MAIZZA

Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLO SPORT

Insegnamento in inglese

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento DIRITTO E MANAGEMENT DELLO SPORT

Tipo corso di studi Laurea

Crediti 6.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 30.0

Per immatricolati nel 2020/2021

Erogato nel 2021/2022

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso Percorso comune

Sede Lecce

Periodo Secondo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso si prefigge di trasferire nozioni e competenze inerenti l'organizzazione dei processi gestionali delle aziende ed associazioni operanti nello sport con specifico riferimento alle azioni di marketing.

PREREQUISITI

nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Lo studente dovrà essere in grado di conoscere il ruolo del management, i principali processi di gestione.

Risultati attesi secondo i descrittori di Dublino:

Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*):

Conoscenza e comprensione delle dinamiche decisionali ed operative delle aziende dello sport.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (*applying knowledge and understanding*)

- Capacità di applicare i principali modelli di management e marketing per le aziende dello sport.

Autonomia di giudizio (*making judgements*)

Capacità di interpretare e valutare le potenzialità operative delle aziende sportive.

Abilità comunicative (*communication skills*)

Capacità di presentare i risultati raggiunti dalle imprese attraverso i modelli della letteratura manageriale.

Capacità di apprendimento (*learning skills*)

capacità di apprendimento delle metodologie di analisi e controllo delle performance gestionali.

METODI DIDATTICI didattica mista: 2 CFU in Teledidattica con lezioni video registrate; 4 CFU didattica convenzionale quindi con lezioni frontali ed esercitazioni, case studies, project work, visite e testimonianze aziendali.

MODALITA' D'ESAME Modalità di esame: orale
Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica la capacità di esprimere le conoscenze acquisite con proprietà di linguaggio e sicurezza espositiva.
"Lo Studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it"

APPELLI D'ESAME pagina di riferimento: <http://www.economia.unisalento.it/536>

PROGRAMMA ESTESO Lo sport e l'attività economica
Il management: sue caratteristiche e finalità
L'efficienza dell'azione manageriale
Il marketing
Il Marketing sportivo
Il Marketing sul web
Il ruolo strategico dell'Innovazione
Sponsorizzazioni sportive
Il ruolo del brand nello sport
La gestione dei web site
I social media e la loro importanza nello sport

TESTI DI RIFERIMENTO Cherubini Sergio "Marketing e management dello sport. Analisi, strategie, azioni" Franco Angeli Edizioni, capitoli 1, 2, 3, 7, 8