PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE SPORTIVE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08 (ECON-07/A)

CFU

15

PROGRAMMA DIDATTICO:ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

L'organizzazione dello sport a livello internazionale: evoluzione storica del business sportivo Soggetti, enti e federazioni che operano nel mondo dello sport Lo sport nazionale - L'organizzazione dello sport in Italia. Il CONI e le Federazioni Sportive Nazionali - La Federazione Italiana Giuoco Calcio (F.I.G.C.) - Il ruolo delle Leghe e degli Organismi internazionali Etica e responsabilità sociale nello sport L'impresa sportiva: caratteristiche peculiari ed elementi condivisi con altre imprese Tipologie di imprese sportive - ADS - Associazioni dilettantistiche sportive - SSD – società sportive dilettantistiche - SSP - Società sportive professionistiche Caso: L'evoluzione della pallacanestro: dai club dilettantistici alle società Analisi del contesto sportivo in Italia: nuovi trend di offerta Il volume d'affari in Italia La gestione strategica della società sportiva e l'ambiente economico esterno Caso: Le strategie di diversificazioni delle società calcistiche I processi direzionali strategici delle organizzazioni sportive Modelli organizzativi delle società sportive - Le peculiarità organizzative delle imprese sportive - Il D.Lgs 231 del 2001 ed il modello organizzativo Il bilancio delle aziende sportive - Il bilancio delle società sportive dilettantistiche - Il bilancio delle società sportive professionistiche 3 - Il bilancio delle società di calcio a) le peculiarità strutturali delle società di calcio professionistiche b) il regime contabile e la determinazione del reddito c) lo schema di bilancio previsto dalla F.I.G.C. Caso: Il bilancio della SSC Napoli Le principali fonti di ricavo delle società sportive e il relativo trattamento contabile: - Ricavi da botteghino - Diritti televisivi e diritti media - Sponsorizzazioni e merchandising - Plusvalenze da cessione dei diritti alle prestazioni sportive dei giocatori Caso: Le sponsorizzazioni sportive: il caso pallavolo La rendicondazione sociale nelle organizzazioni sportive: dal bilancio sociale al report integrato Finanziamenti nel settore sportivo La gestione delle risorse finanziarie nell'organizzazione di un evento Marketing sportivo e comunicazione nello sport - Il mercato sportivo - Sport marketing management - Ricerca e valutazione delle sponsorizzazioni - Gestione delle relazioni con i media e new media nello sport system - Digital media marketing - Gestione delle relazioni con lo sport industry Caso: Le strategie aziendali dei piccoli club di calcio: il caso del centro sportivo polifunzionale del Calcio Catania Caso: Juventus FC: dalla Serie B allo Juventus Stadium Internazionalizzazione e gestione degli impianti sportivi

TESTI CONSIGLIATI

BIANCO R., Economia e gestione delle imprese sportive, Rogiosi editore, 2020

BIANCO R., CUCARI N., Economia, gestione e strumenti d'impresa, Rogiosi editore, 2020

BIANCO R., SORRENTINI A., DI PALMA D., Strategie e Politiche di Marketing nelle Imprese Sportive, Rogiosi editore 2017

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L’esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.
Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L’esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L’esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l’elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l’autonomia di giudizio maturati dallo studente.

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

L’insegnamento ha l'obiettivo di esporre allo studente la struttura e l'organizzazione dello sport italiano e dei soggetti che vi operano, delle responsabilità che si assumono e delle possibili evoluzioni future.

Obiettivi formativi

a) gestire lo sport dilettantistico e professionistico perseguendo allo stesso tempo risultati sportivi, culturali e di sostenibilità economico-finanziaria;

b) creare le condizioni organizzative e finanziarie per lo sviluppo della pratica sportiva valorizzando le relazioni con i principali portatori d’interesse del sistema sport;

c) valutare le criticità gestionali e le sfide del contesto competitivo nel quale operano le organizzazioni sportive;

comprendere quali sono le logiche e gli strumenti a disposizione di un manager sportivo per generare valore all’interno di un’organizzazione o contesto sociale.

ATTIVITA' DIDATTICA EROGATIVA (DE)

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

- Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi.
- Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.
- Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla.

ATTIVITA' DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle seguenti tipologie di attività:

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a una web conference
- Partecipazione al forum tematico
- Lettura area FAQ
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Ricevimento on line il mercoledì ore 14:30, previo accordo via mail con il docente

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e comprensione:

a) organizzazione e della gestione delle imprese sportive (ob A),

b) problematiche strategico-gestionali, di marketing e comunicazione delle imprese sportive (ob B, C),

c) tecniche di analisi strategica d'azienda (ob A, B, C, D).

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

a) utilizzare gli strumenti operativi e di controllo relativi idonei ad interpretare ed affrontare le problematiche delle imprese sportive (ob A, B,C),

b) gestire le attività di marketing e sponsorizzazione delle imprese sportive (ob D).

- Autonomia di giudizio

a) raccogliere, elaborare e interpretare dati quantitativi e qualitativi finalizzati alla valutazione dei sistemi sportivi e dell'impatto del settore sul sistema economico nazionale (ob B),

b) organizzare dati in informazioni in modo sistematico e articolato per la efficacia del processo di decision making (ob D).

- Capacità comunicative

a) trasferire le conoscenze relative ai sistemi sportivi ed ai connessi contesti economici e di management attraverso la piena padronanza del linguaggio tecnico-specialistico (ob D)

Capacità di apprendimento

a) Acquisire tutti gli strumenti metodologici ed interpretativi necessari per operare nel contesto lavorativo di riferimento, proseguire gli studi, oppure entrare a far parte di un team di ricerca di settore.

OBBLIGO DI FREQUENZA

Obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di partecipare all’80% delle attività proposte in piattaforma.