

PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE SPORTIVE

SETTORE SCIENTIFICO

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

CFU

6

OBIETTIVI FORMATIVI

/**/

Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Sportive è progettato per fornire una comprensione approfondita del settore sportivo da una prospettiva manageriale e commerciale. Il settore sportivo è, oggi, al centro di profondi cambiamenti connessi al ruolo sociale ed economico che assume ed all'interno del quale risulta sempre più pressante la necessità di risorse umane con skills e competenze adeguate alla natura eco-sistemica di tale settore.

A questo scopo, il corso affronterà tematiche inerenti all'analisi del mercato sportivo globale, incluse le dinamiche di mercato e le tendenze economiche, le relazioni impresa-ambiente, le dinamiche relazionali ed il processo di direzione aziendale. Approfondirà l'ambito finanziario e la gestione delle risorse umane in contesti sportivi.

Pertanto, l'obiettivo formativo del corso è quello di fornire a studenti/esse competenze specifiche per operare efficacemente nel settore sportivo, permettendo loro di comprendere e navigare le complessità del mercato sportivo, applicare principi di gestione strategica adattati al contesto sportivo, analizzare e gestire le questioni finanziarie specifiche delle organizzazioni sportive.

Lo studente sarà in grado di analizzare, selezionare e valutare i quadri concettuali appropriati per dirigere organizzazioni sportive, sia a livello professionistico che amatoriale, occuparsi della gestione finanziaria e del budgeting per club e/o federazioni, fornire consulenze specializzate ad entità sportive su strategie di miglioramento e sviluppo.

Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Sportive offre una formazione critica e specifica per il settore, preparando studenti/esse a diventare leader capaci di affrontare e risolvere le sfide uniche del mondo sportivo.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/

Il corso fornisce una formazione critica e specifica per il settore, preparando gli studenti a diventare leader capaci di affrontare e risolvere le sfide uniche del mondo sportivo. In termini di:

Conoscenza e capacità di comprensione

Completato il corso, gli/le studenti/esse avranno acquisito conoscenze teoriche e pratiche tali da permettergli di comprendere le principali dinamiche che caratterizzano l'eco-sistema nel quale si forma e si evolve il mercato dello sport. Nello specifico gli/le studenti/esse acquisiranno conoscenza e capacità di comprensione della complessità del mercato sportivo, della gestione strategica adattata al contesto sportivo, delle metodologie di analisi e gestione finanziaria ed economica delle organizzazioni sportive.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo/la studente/essa acquisirà conoscenze applicative volte alla realizzazione di un'analisi di mercato e la formulazione di decisioni nel contesto sportivo. In particolare, alla fine del corso, sarà in grado di predisporre un processo di creazione e gestione di una realtà imprenditoriale in ambito sportivo.

Autonomia di giudizio

Il corso introduce gli/le studenti/esse ad una prospettiva critica delle problematiche connesse alla complessità ed alla multidimensionalità dello sport come ambito economico e degli effetti sulla competitività delle imprese. Saranno in grado di acquisire informazioni applicando i modelli di analisi di mercato, di rielaborare dati ed informazioni per definire delle strategie e formulare giudizi riguardanti il comportamento competitivo delle imprese sportive.

Abilità comunicative

Al termine del corso, gli/le studenti/esse saranno in grado di elaborare e comunicare informazioni, dati, modelli e piani strategici all'interno dei differenti contesti che coinvolgono l'ambito sportivo, quali Gestione di Club e Federazioni Sportive, Sponsorizzazioni Sportive, Consulenza in ambito di pianificazione economica e finanziaria.

Capacità di apprendimento

Durante il corso, gli/le studenti/esse svilupperanno competenze di apprendimento fondamentali per affrontare le sfide del contesto evolutivo del mondo dello sport in modo efficace poiché avranno appreso concetti teorici, analizzato casi pratici e studiato modelli decisionali fondamentali per attivare un approccio critico e di problem solving alle decisioni gestionali.

PREREQUISITI

Non sono richieste conoscenze preliminari

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

Il programma didattico è articolato in 30 lezioni suddivise nei seguenti 4 moduli.

MODULO 1 Il sistema sport (6 Videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

- 1 L'evoluzione dello sport dall'antichità all'epoca moderna
- 2 La dimensione economica dello sport

- 3 Il contesto normativo dello sport
- 4 L'organizzazione dello sport
- 5 Il mercato dello sport: la domanda di sport
- 6 Il mercato dello sport: l'offerta di sport

MODULO 2 L'impresa sistemico - vitale (6 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

- 7 L'impresa come sistema economico- sociale
- 8 Le relazioni impresa - ambiente
- 9 L'impresa estesa nell'economia digitale
- 10 Assetto proprietario e governo dell'impresa
- 11 Le dinamiche relazionali: la teoria degli stakeholder
- 12 Il processo di direzione aziendale

MODULO 3 Le azioni operanti nel mondo dello sport e le peculiarità gestionali (11 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

- 13 Gli stakeholders delle aziende sportive
- 14 Tassonomia delle aziende operanti nel settore sportivo
- 15 Le società sportive professionistiche e dilettantistiche
- 16 Aspetti organizzativi delle aziende sportive
- 17 La funzione organizzazione: Human Resource Strategy
- 18 Fonti di finanziamento per le imprese sportive
- 19 Gestione finanziaria e budgeting
- 20 Raccolta fondi e strategie di finanziamento alternativo
- 21 Principali modelli di business nel settore sportivo
- 22 Business Plan e Break Even Point
- 23 Analisi del comportamento dei consumatori nel settore sportivo

MODULO 4 La Gestione Strategica (6 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

- 24 I differenti approcci alla gestione strategica
- 25 La pianificazione strategica

- 26 L'orientamento strategico di fondo
- 27 La teoria del vantaggio competitivo
- 28 Le 5 forze del Porter
- 29 La catena del valore
- 30 Catena del Valore e Modello delle 5 Forze del Porter nel settore sportivo. Il caso Nike

AGENDA

/**/

Nella sezione Informazioni Appelli, nella home del corso, per ogni anno accademico vengono fornite le date degli appelli d'esame.

Le attività di didattica interattiva sincrona sono calendarizzate in piattaforma nella sezione Class.

Le attività di ricevimento di studenti e studentesse sono calendarizzate nella sezione Ricevimento Online.

ATTIVITÀ DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

/**/

Le attività di Didattica Interattiva (TEL-DI) consistono, per ciascun CFU, in 2 ore erogate in modalità sincrona su piattaforma Class, svolte dal docente anche con il supporto del tutor disciplinare, e dedicate a una o più tra le seguenti tipologie di attività:

- sessioni live, in cui il docente guida attività applicative, stimolando la riflessione critica e il confronto diretto con gli studenti tramite domande in tempo reale e discussioni collaborative;
- webinar interattivi, arricchiti da sondaggi e domande dal vivo, per favorire il coinvolgimento attivo e la costruzione della conoscenza;
- lavori di gruppo e discussioni in tempo reale, organizzati attraverso strumenti collaborativi come le breakout rooms, per sviluppare strategie di problem solving e il lavoro in team;
- laboratori virtuali collettivi, in cui il docente guida esperimenti, attività pratiche o l'analisi di casi di studio, rendendo l'apprendimento un'esperienza concreta e partecipativa;

Tali attività potranno essere eventualmente supportate da strumenti asincroni di interazione come per esempio:

- forum;
- wiki;
- quiz;
- glossario.

Si prevede l'organizzazione di almeno due edizioni di didattica interattiva sincrona nel corso dell'anno accademico. Si precisa che il ricevimento degli studenti, anche per le tesi di laurea, non rientra nel computo della didattica interattiva.

ATTIVITÀ DIDATTICA EROGATIVA (DE)

/**/

Le attività di Didattica Erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 5 videolezioni della durata di circa 30 minuti. A ciascuna lezione sono associati:

- una dispensa (PDF) di supporto alla videolezione oppure l'indicazione di capitoli o paragrafi di un ebook di riferimento, scelto dal docente tra quelli liberamente consultabili in piattaforma da studentesse e studenti;
- un questionario a risposta multipla per l'autoverifica dell'apprendimento.

TESTO CONSIGLIATO

/**/

Pur precisando che, ai fini della preparazione dei candidati e della valutazione sommativa in sede d'esame, sarà sufficiente il materiale didattico fornito dal docente (dispense del corso, mediamente di 10 pagine per ogni lezione), per ulteriori approfondimenti rispetto ai temi trattati durante il corso, si consiglia di consultare, per ciascun modulo, i seguenti manuali di approfondimento volontario: Cherubini, S. (2015). Marketing e management dello sport. Analisi, strategie, azioni: Analisi, strategie, azioni (Vol. 844). FrancoAngeli.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

/**/

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti dell'insegnamento. L'esame in forma scritta consiste nello svolgimento di un test composto da 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta e, in caso di risposte errate o mancanti, non sarà attribuita alcuna penalità. Rispondendo correttamente a tutte le 31 domande, si consegnerà la lode.

Oltre alla prova d'esame finale, il percorso prevede attività di didattica interattiva sincrona e prove intermedie che consentono alle studentesse e agli studenti di monitorare il proprio apprendimento, attraverso momenti di verifica progressiva e consolidamento delle conoscenze.

La partecipazione alle attività di didattica interattiva sincrona consente di maturare una premialità fino a 2 punti sul voto finale, attribuiti in funzione della qualità della partecipazione alle attività e dell'esito delle prove.

Per accedere alle prove intermedie è necessario aver seguito almeno il 50% di ogni ora di didattica interattiva. Le prove intermedie possono consistere in un test di fine lezione o nella predisposizione di un elaborato. Le prove intermedie si considerano superate avendo risposto correttamente ad almeno l'80% delle domande di fine lezione.

In caso di prove intermedie che prevedano la redazione di un elaborato, il superamento delle stesse ai fini della premialità sarà giudicata dal docente titolare dell'insegnamento. I punti di premialità, previsti per le prove intermedie, sono sommati al voto finale d'esame solo se la prova d'esame è superata con un punteggio pari ad almeno 18/30 e possono contribuire al conseguimento della lode.

Le modalità d'esame descritte sono progettate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di applicazione delle stesse e consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dalla studentessa e dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette che avranno luogo durante la fruizione dell'insegnamento.

RECAPITI

/**/

monica.fait@unipegaso.it
federica.cavallo@unipegaso.it

OBBLIGO DI FREQUENZA

***/*

A studentesse e studenti viene richiesto di partecipare ad almeno il 70% dell'attività di didattica erogativa (70% della TEL-DE).