|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Principali informazioni sull’insegnamento** |  | | |
| Titolo insegnamento | ORGANIZZAZIONE E MARKETING DELLO SPORT | | |
| Corso di studio | SAMS | | |
| Crediti formativi | DUE (2 CFU) | | |
| Denominazione inglese | ORGANIZATION AND SPORT MARKETING | | |
| Obbligo di frequenza | NO, MA CONSIGLIATA | | |
| Lingua di erogazione | ITALIANO | | |
|  |  | | |
| **Docente responsabile** |  | Indirizzo Mail | |
| Nome e Cognome | PASSARO PIERLUIGI | [PIERLUIGI.PASSARO@UNIBA.IT](mailto:PIERLUIGI.PASSARO@UNIBA.IT) | |
|  |  |  |  |
| **Dettaglio credi formativi** | Ambito disciplinare | SSD | Crediti |
|  | AZIENDALE | SECS-P/08 | DUE (2) |
|  |  |  |  |
| **Modalità di erogazione** |  | | |
| Periodo di erogazione | II semestre | | |
| Anno di corso | III anno di corso Laurea triennale | | |
| Modalità di erogazione | Lezioni frontali | | |
|  |  | | |
| **Organizzazione della didattica** |  | | |
| Ore totali | 48 ORE | | |
| Ore di corso | 24 ORE | | |
| Ore individuali | 24 ORE | | |
|  |  | | |
| **Calendario** |  | | |
| Inizio attività didattiche | 22 MAGGIO 2018 | | |
| Fine attività didattiche | 15 GIUGNO 2018 | | |
|  |  | | |
| **Syllabus** |  | | |
| Prerequisiti  Risultati di apprendimento previsti | * *Conoscenze di base della gestione aziendale* * *Ottenere una buona conoscenza delle problematiche della gestione delle imprese sportive: in particolare sugli aspetti manageriali del marketing sportivo,* * *Domanda e offerta di sport alle persone* * *Fattori di marketing per l’offerta sportiva alle persone* * *Domanda di sport delle aziende e la concorrenza* | | |
| Contenuti di insegnamento | * *Marketing e Management dello sport* * *Consumer marketing sportivo* * *Business marketing sportivo* * *Aspetti manageriali del marketing sportivo* | | |
|  |  | | |
| **Programma** |  | | |
| Testi di riferimento | Sergio Cherubini, Marketing e Management dello Sport, FrancoAngeli, 2015, Milano | | |
| Note ai testi di riferimento |  | | |
| Metodi didattici | *Lezione frontale* | | |
| Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro) | *Esame orale* | | |
| Criteri di valutazione (per ogni risultato di apprendimento atteso su indicato, descrivere cosa ci si aspetta lo studente conosca o sia in grado di fare e a quale livello al fine di dimostrare che un risultato di apprendimento è stato raggiunto e a quale livello) | *Lo studente deve possedere un’ottima conoscenza di base delle tematiche relative alla gestione di una impresa sportiva, dei fattori di marketing per l’offerta sportiva alle persone, il business marketing sportivo.* | | |
|  |  | | |