

CORSO DI STUDIO *Scienze delle attività motorie e sportive*

ANNO ACCADEMICO 2023-2024

DENOMINAZIONE DELL'INSEGNAMENTO

Gestione delle società sportive- Management of sports clubs

Principali informazioni sull'insegnamento	
Anno di corso	<i>I anno</i>
Periodo di erogazione	<i>II semester (04/03/2024-17/05/2024)</i>
Crediti formativi universitari (CFU/ETCS):	<i>5 di cui 3 IUS/ 04 2 SECS-P/08</i>
SSD	<i>IUS 04/ SECS-P/08</i>
Lingua di erogazione	<i>Italiano</i>
Modalità di frequenza	<i>Facoltativa</i>

Docente	
Nome e cognome	Angela Eleonora Fabiano
Indirizzo mail	Angelaeleonora.fabiano@uniba.it/
Telefono	3461630153
Sede	Largo Abbazia S.Scolastica 53, 70100 BARI
Sede virtuale	Codice Teams i2neaez
Ricevimento	Giovedì 9.30, Largo Abbazia S.Scolastica 53, 70100 BARI, Sesto piano, Stanza del docente
Docente	
Nome e cognome	Pierluigi Passaro
Indirizzo mail	Pierluigi.passaro@uniba.it
Telefono	3403646451
Sede	Largo Abbazia S.Scolastica 53, 70100 BARI
Sede virtuale	Codice Teams i2neaez
Ricevimento	Giovedì 11.30-13.00, Largo Abbazia S.Scolastica 53, 70100 BARI, Sesto piano, Stanza del docente

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
135	<i>50 di cui 30 IUS 04 20 SECS-P/08</i>		45 30
CFU/ETCS			
5	5		

Obiettivi formativi	L'obiettivo di base del corso è quello di fare acquisire agli studenti conoscenze nel campo dell'organizzazione e del funzionamento delle società sportive, nonché delle attività manageriali delle organizzazioni e delle strutture sportive.
Prerequisiti	Conoscenze di base dell'ordinamento giuridico e della gestione aziendale.

Metodi didattici	<i>Lezioni Frontali</i>
-------------------------	-------------------------



<p>DD1 Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>Lo studente, grazie alle informazioni ed al metodo di studio acquisiti a lezione, con il supporto dei libri di testo, potrà acquisire la conoscenza dell'organizzazione e del funzionamento delle società sportive, nonché delle attività manageriali delle organizzazioni e delle strutture sportive.</p> <ul style="list-style-type: none">-) Capacità di comprendere le diverse forme di organizzazione delle attività sportive- Capacità di comprendere le differenze tra le diverse strutture associative per l'esercizio dell'attività sportive- Capacità di comprendere le modalità principali di svolgimento delle attività manageriali all'interno delle organizzazioni sportive- Capacità di comprendere la struttura organizzativa delle diverse forme di associazione per l'esercizio dell'attività sportiva.
<p>DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate</p>	<p>Le conoscenze acquisite, consentiranno di individuare soluzioni a tutti i problemi interpretativi che l'applicazione della disciplina delle organizzazioni sportive implica</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacità di lettura delle norme giuridiche in tema di associazioni e società sportive- Capacità di distinguere le diverse forme organizzative per l'esercizio delle attività sportive- Capacità di applicare le politiche di marketing appropriate per le diverse forme di organizzazione delle attività sportive.
<p>DD3-5 Competenze trasversali</p>	<p>Capacità critiche e di giudizio Sulla base delle nozioni acquisite a lezione, sarà possibile comprendere quali sono le forme di esercizio organizzato dell'attività sportiva più appropriate caso per caso.</p> <p>Autonomia di giudizio Avere capacità di cogliere e comprendere quale sia la forma di esercizio organizzato delle attività sportive che è più opportuna in funzione alle esigenze del caso concreto e identificare le politiche di marketing più opportune caso per caso.</p> <p>Abilità comunicative Acquisire un linguaggio giuridico ed economico chiaro e corretto.</p> <p>Capacità di apprendere in modo autonomo Le conoscenze acquisite in ordine alle diverse forme di esercizio organizzato delle attività sportive ed alle diverse attività manageriali alle stesse riferibili, consentiranno allo studente di valutare in modo critico le soluzioni applicative proposte dalla dottrina giuridica ed economica.</p>



Contenuti di insegnamento (Programma)	<i>La riforma dello sport Professionalismo e dilettantismo Le associazioni riconosciute e non riconosciute Le società sportive La disciplina del doping Il contratto di affiliazione e di sponsorizzazione Marketing e Management dello Sport Domanda e offerta di sport alle persone I fattori di marketing per l'offerta sportiva alle persone Aspetti manageriali del marketing sportivo</i>
Testi di riferimento	<i>Per la parte di Diritto delle società sportive LIOTTA-SANTORO: Lezioni di diritto sportivo 2023, capitoli I-III-IV-VI. Per la parte di Marketing dello sport Sergio Cherubini, Marketing e Management dello Sport, FrancoAngeli, 2015, Milano</i>
Note ai testi di riferimento	<i>Il testo consigliato rappresenta solo un riferimento per gli argomenti indicati</i>
Materiali didattici	Il materiale didattico sarà reperibile sulle classi teams i cui codici di accesso saranno comunicati a lezione.
Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	Esame orale tramite breve colloquio



Criteri di valutazione	<ul style="list-style-type: none">• <i>Conoscenza e capacità di comprensione:</i> dei principi giuridici e della disciplina applicabile alle diverse forme di esercizio organizzato delle attività sportive, nonché delle diverse politiche di marketing ad esse relative.• <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate:</i> alle diverse forme di esercizio organizzato dell'attività sportiva, finalizzata alla scelta consapevole di quelle più appropriate a seconda delle differenti esigenze dello sportivo.• <i>Autonomia di giudizio:</i> nell'analisi degli istituti regolati e nell'individuazione della <i>ratio</i> e degli interessi perseguiti dalle norme e delle regole di volta in volta esaminate.• <i>Abilità comunicative:</i> utilizzare un linguaggio giuridico ed economico appropriato nell'esposizione degli argomenti oggetto di studio• <i>Capacità di apprendere:</i> le peculiarità delle diverse forme di esercizio organizzato dell'attività sportiva e delle modalità di marketing ad esse applicabili.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>Lo studente deve dimostrare di avere conoscenza degli argomenti oggetto di studio e di aver compreso le problematiche relative agli stessi, nonché di essere giunto ad un livello di conoscenza tale da sviluppare in maniera autonoma argomentazioni interpretative</p> <p>1) Mancato superamento della prova: insufficiente conoscenza dei contenuti del corso, insufficiente capacità valutativa e argomentativa, carenza delle conoscenze di base.</p> <p>2) da 18 a 21: preparazione sufficiente o appena più che sufficiente; conoscenza minima degli istituti e delle problematiche affrontate nel corso; presenza di lacune non particolarmente rilevanti;</p> <p>3) da 22 a 24: preparazione media caratterizzata da non particolare approfondimento e da lacune colmabili nel prosieguo del percorso formativo complessivamente considerato;</p> <p>4) da 25 a 27: preparazione nel complesso buona anche se non particolarmente approfondita; linguaggio tecnico e capacità espressiva adeguata;</p> <p>5) da 28 a 30: preparazione ottima od eccellente; linguaggio tecnico e capacità espressiva puntuale e precisa;</p> <p>6) 30 e lode: preparazione, linguaggio tecnico, capacità espressiva e argomentativa di massimo livello.</p>
Altro	