



Master in

Management dei Servizi Sportivi

Edizione 2014

SOGGETTO PROMOTORE

Prodest S.c.a r.l.



Ente di Formazione accreditato presso Regione Basilicata e Regione Lombardia

Sede legale: via Milano, 14 21052 Busto Arsizio (VA)

Sedi operative: Milano, Potenza, Sant'Angelo Le Fratte (PZ)

PARTNER



Federazione Italiana Gioco Calcio (FIGC)

Comitato Regionale Basilicata – L.N.D.



Federazione Italiana Pallacanestro (FIP)

Comitato Regionale Basilicata



Federazione Italiana Pallavolo (FIPAV)

Comitato Regionale Basilicata

TIPOLOGIA, ARTICOLAZIONE E DURATA

Master non universitario della durata complessiva di 900 ore, suddivise in:

- 675 ore di attività d'aula, visite guidate e seminari di approfondimento;
- 225 ore di stage.

LUOGO DI SVOLGIMENTO

Fase d'aula: Potenza.

Fase di stage: Basilicata e tutto il territorio nazionale.

PERIODO DI SVOLGIMENTO E COSTO

Il termine per le iscrizioni è il 27/01/2014. Inizio previsto per il mese di febbraio 2014

Il costo di iscrizione è di € 10.000,00 (diecimila/00).

E' possibile richiedere l'assegnazione di voucher da parte della Regione Basilicata a totale copertura del costo di iscrizione e frequenza.

E' previsto, inoltre, il riconoscimento di un contributo per le spese di soggiorno per i non residenti nel luogo di svolgimento delle attività.

REQUISITI DI ACCESSO

Il Master è destinato a maggiorenni inoccupati o disoccupati, residenti in Basilicata ed in possesso di uno dei seguenti titoli di studio:

- Laurea (durata triennale);
- Laurea Specialistica/Magistrale;
- Laurea vecchio ordinamento.

E' richiesto il possesso di un background culturale in ambito tecnico-scientifico, umanistico, socio-economico-giuridico, motorio.

OBIETTIVI

Il Master si propone di formare figure professionali in grado di operare con competenza ed efficacia nel campo del marketing, della comunicazione e della gestione tecnico-amministrativa in aziende, società sportive ed Enti afferenti al mondo dello sport e del wellness.

L'obiettivo è di creare profili che possano trovare sbocchi professionali sia nell'ambito dello sport business, quali sport marketing manager dotati degli skills con cui dare valore aggiunto e professionalità ad un mondo dinamico, complesso e in forte crescita come quello del fitness-training & wellness, sia in quello della gestione manageriale di una società sportiva professionistica.

Il Master intende valorizzare la conoscenza diretta di modelli, logiche, tecniche e strumenti di controllo economico, fundraising, gestione di eventi e di impianti sportivi, sviluppo delle leve del marketing e della comunicazione digitale in un'ottica di integrazione tra off-line e on-line, oltre che analizzare lo sviluppo e la gestione del capitale umano.

PROFESSIONALITA' COINVOLTE

Prodest si avvale di un corpo docente di pluriennale esperienza proveniente dal mondo accademico, da Federazioni sportive, da importanti aziende private/studi professionali nonché dai settori marketing e comunicazione di società professionistiche operanti nel mondo dello sport.

METODOLOGIE E STRUMENTI DIDATTICI

Contraddistinto dall'alternanza di momenti teorici, business game, simulazioni di casi reali ed approfondimenti "on the job", il Master verterà su un insieme di competenze trasversali, di base e tecniche che ne faranno un percorso formativo di eccellenza, grazie alla completezza del piano formativo.

Inoltre, durante il corso, saranno realizzate visite didattiche sul territorio nazionale presso aziende dello sport business, società sportive professionistiche ed organizzazioni di eventi, durante le quali gli allievi potranno incontrare esperti e personalità di spicco nel campo dello sport & wellness management.

STAGE

Successivamente alla fase d'aula, ogni allievo svolgerà uno stage presso strutture di alto profilo, in Basilicata e sull'intero territorio nazionale, quali:

- società sportive professionistiche;
- Federazioni sportive nazionali;
- società di comunicazione e marketing legate allo sport e al wellness;
- aziende commerciali operanti nel settore sportivo.

CERTIFICAZIONE FINALE

Al termine del percorso formativo e previo superamento dell'esame finale, verrà rilasciato l'attestato finale di "**Sport Manager Consultant**".


ARTICOLAZIONE DIDATTICA FASE D'AULA


<p>Modulo 1</p> <p>“HR Management”</p> <p>Durata: 75 ore</p>	<p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> • HR Management: il ruolo del dirigente sportivo e la gestione del talento • Modelli organizzativi e organigrammi • Ruoli e processi di selezione e valutazione • Team working, leadership e comunicazione • Il coaching come relazione di aiuto ed il ruolo del coach per costruire una squadra vincente • Il rapporto di lavoro sportivo professionistico e dilettantistico • I contratti di sponsorizzazione dei “campioni”
<p>Modulo 2</p> <p>“Quadro normativo e aspetti fiscali”</p> <p>Durata: 154 ore</p>	<p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lo sport in Italia e nella Unione Europea • L'ordinamento giuridico dello sport italiano ed il diritto internazionale • Lo sport nella costituzione e nelle leggi nazionali e regionali. Principi giuridici tra leggi ordinarie e regolamenti sportivi • Responsabilità civile e penale nello sport. Clausola compromissoria • Adempimenti amministrativi, sanitari e assicurativi • Norme sull'immigrazione • Finanziamenti e agevolazioni fiscali • Normativa antidoping per la tutela della salute • Normativa in tema di compravendita dei diritti televisivi e di antitrust • Leggi e regimi fiscali su licensing e merchandising • Le legge italiana sugli impianti sportivi e sugli stadi
<p>Modulo 3</p> <p>“Business administration”</p> <p>Durata: 154 ore</p>	<p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lo sport system italiano: analisi del settore e del business generato. L'impatto sociale ed economico dello sport • Le organizzazioni sportive e gli stakeholders • Il sistema sportivo italiano: Coni, Federazioni sportive, Leghe, etc... • Financial & Management Accounting • Supply chain management • La sponsorizzazione di un club o di un evento: misurabilità e rendimento • Le vendite nelle organizzazioni sportive: l'attività di ticketing nella gestione di una società • Il sistema delle scommesse sportive • Le principali fonti di ricavo: botteghino, diritti tv e media, sponsor e merchandising, plusvalenze da cessione dei diritti alle prestazioni degli atleti • Il bilancio delle società sportive ed il bilancio sociale nelle organizzazioni sportive • Solidità patrimoniale, analisi finanziaria e redditività

<p>Modulo 4</p> <p>“Marketing, comunicazione e turismo nella sport industry”</p> <p>Durata: 176 ore</p>	<p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il ruolo del marketing in un’impresa sportiva: strategie di posizionamento, targeting e segmentazione. • Sviluppo e lancio sul mercato di nuovi prodotti/servizi • Dal business al piano di marketing e comunicazione • Marketing operativo e sport: il profilo commerciale dello sportivo e del tifoso • Il ciclo di vita dei prodotti, delle discipline sportive e delle attività sul benessere fisico • Promozione di un’offerta integrata e piano di comunicazione di un’organizzazione sportiva o di un centro fitness/wellness • Il marketing attraverso i nuovi media (Web 3.0 e social network) • Social media marketing come strumento di engagement: brand e social presence • Il brand di una squadra attraverso l’immagine di un atleta o di un allenatore • Il ruolo dell’ufficio stampa • Sviluppo del territorio e marketing territoriale: le strategie per rispondere al fenomeno della geolocalizzazione • Il turismo sportivo: profilo dei turisti, dei viaggi e delle destinazioni
<p>Modulo 5</p> <p>“Management degli eventi e degli impianti sportivi”</p> <p>Durata: 116 ore</p>	<p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> • La programmazione di un evento: pianificazione di tempi, risorse e costi • Ricerca e gestione dei partner istituzionali • La situazione dell’impiantistica sportiva in Italia e in Europa • Il business planning di un impianto sportivo: studio di fattibilità per la realizzazione di un nuovo impianto e accesso agli strumenti finanziari • I contributi e le agevolazioni per l’acquisto delle attrezzature e degli impianti • Modelli di gestione di un impianto sportivo: i costi e le fonti di ricavo • Gli impianti sportivi e i centri fitness/wellness come risorsa economica e sociale del turismo territoriale • La sicurezza negli impianti sportivi: standard minimi durante una manifestazione sportiva • Rapporti con la pubblica amministrazione e con gli enti locali • L’evento sportivo nella valorizzazione delle destinazioni turistiche

Prodest S.c.a r.l.

Responsabile: dott.ssa Francesca Cicchelli

 320 7948160

 0331 324948

 www.prodestonline.it

 infopz@prodestonline.it



Master in

Management dei Servizi Sportivi

Edizione 2014