



SEMINARIO DI SPECIALIZZAZIONE COMUNICAZIONE E MEDIA SPORTIVI

4- 8 ottobre 2010

Obiettivi: Evidenziare il ruolo sempre più determinante della comunicazione in una società sportiva di tipo sia professionistico sia amatoriale, illustrando le caratteristiche dei diversi strumenti disponibili (dalle relazioni con i media agli eventi).

Destinatari: Operatori attuali o potenziali coinvolti nella gestione di organizzazioni sportive, con particolare riguardo alle funzioni amministrative, finanziarie e fiscali.

Programma: La comunicazione come fattore strategico nel management sportivo
I principali fattori di comunicazione: rapporti con i media, relazioni pubbliche, pubblicità, promozioni, direct marketing, internet, editoria, contatti front line
Il brand management
L'esperienza di Digitalia '08
Aspetti giuridici nella gestione dei diritti televisivi
L'esperienza della Federazione Scherma
La campagna abbonamenti della S.S. Lazio
I rapporti dei giornalisti non sportivi con lo sport
L'esperienza di Gazzetta dello Sport—RCS Sport
L'esperienza di Mercedes Benz Roma
Gli strumenti di comunicazione non convenzionali
L'esperienza di un quotidiano free press: Metro

Docenti Prof. Cherubini – Università di Roma Tor Vergata (coordinatore)
Dott.ssa Pattuglia—Università di Roma Tor Vergata
Dott. Noto – Federazione Italiana Scherma
Dott. Canigiani – S.S. Lazio
Dott. Vulpis – Sport Economy
Dott. Melidoni – Mercedes Benz Roma
Dott. Valentini – Digitalia '08
Prof. Di Nella – Università di Parma
Dott. Molinaro – Esperto comunicazione
Dott. Busto – RCS Sport
Dott.ssa Morin—Metro

DURATA Cinque giorni

LUOGO CEIS – Facoltà di Economia – Via Columbia 2 - Roma

DIDATTICA Mix metodologico basato su lezioni, casi aziendali, esercitazione

TARIFFA 250 euro per iscritti alle Università 500 euro per esterni

MATERIALE DIDATTICO A tutti i partecipanti verranno distribuite dispense relative ad i temi trattati

ATTESTATO A tutti i partecipanti sarà consegnato un attestato di partecipazione