

SAVE THE DATE



In occasione della presentazione del libro **MARKETING E MANAGEMENT DELLO SPORT** di **SERGIO CHERUBINI** **giovedì 17 dicembre 2015 alle ore 10,00** verrà organizzato, presso l'Aula Marinuzzi dell'UNIVERSITA' di ROMA FORO ITALICO (Piazza de Bosis 15) , un incontro dal titolo

IL MARKETING PER UN PERCORSO DI SVILUPPO QUALIFICATO DELLA SPORTS INDUSTRY

La crescente evoluzione del settore sportivo è sempre più caratterizzata da molteplici dimensioni che, partendo da quella prettamente tecnico-agonistica, si ampliano verso quella educativa, sanitaria, tecnologica, economica, sociologica e anche politica così da coinvolgere numerosi e diversificati stakeholders.

Questa complessità, che si esprime con una pratica sportiva che inizia, talvolta, addirittura da neonati per arrivare fino alla quarta età e con una fruizione a livello di spettacolo che si concretizza in presenza e, sempre più, a distanza con i vari media, deve essere opportunamente gestita anche in considerazione della crescente concorrenza dei paesi emergenti.

Una capacità manageriale di marketing che coinvolge molteplici competenze che devono essere funzionali ad attrarre e fidelizzare persone (B2C), aziende (B2B) e istituzioni pubbliche (B2P) in modo da ottenere, attraverso adeguate analisi, strategie e azioni, risultati qualificati e duraturi nel tempo ed effettivamente creare valore aggiunto a beneficio degli operatori ma anche della collettività attraverso il miglioramento della qualità della vita.

In questa prospettiva l'apporto del marketing può essere realmente considerato un fattore critico per il successo di medio-lungo termine di tutte le organizzazioni che "convergono" nel sistema sportivo allargato.

Ne parlano in questo incontro qualificati professionisti che da anni si dedicano alla suddetta tematica anche con riferimento con quanto espresso nel libro di Sergio Cherubini che riassume esperienze, ricerche e studi sviluppati da più di venti anni.

PROGRAMMA

9,45-10,00	Accoglienza dei partecipanti	
10,00-10,15	Apertura dei lavori	Arnaldo Zelli Direttore Dipartimento di Scienze Motorie, Umane e della Salute Cristiana Buscarini Direttore Laboratorio di Economia e Management
10,15-10,30	Considerazioni introduttive	Giovanni Mattia (Università di Roma Foro Italico)
10,30-10,45	Il marketing nella S.S. Lazio	Marco Canigiani (Resp. Marketing, Sponsorizzazioni ed Eventi)
10,45-11,00	La gestione dello Stadio Olimpico e del Parco del Foro Italico	Andrea Santini (Dirigente Coni Servizi)
11,15-11,30	Il marketing nella U.C. Sampdoria	Giuseppe Albeggiani (Direttore Marketing)
11,30-11,45	Il marketing delle sponsorizzazioni	Giovanni Valentini (Infront Italy - Adv Sales Director Area Centro Sud)
11,45-12,00	Il marketing nella Federazione Motociclistica	Alfredo Mastropasqua (Direttore Marketing)
12,00-12,15	Il marketing di un grande Evento: la Maratona di Roma	Enrico Castrucci (Presidente)
12,15-12,30	Il Digital Marketing in Federazione Scherma	Alessandro Noto (Responsabile Digital Marketing)
12,30-12,45	La gestione di un centro: Ippocampo Sporting Life	Umberto Falcioni (Direttore generale)
12,45-13,00	Considerazioni conclusive	Sergio Cherubini (Università di Roma Tor Vergata)

In collaborazione con

