

PROGRAMMA DEL CORSO DI TEORIE E TECNICHE DI COMUNICAZIONE DELLO SPORT

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

10

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - LA COMUNICAZIONE E I SUOI LINGUAGGI

2 - LA COMUNICAZIONE LA SODDISFAZIONE DEI BISOGNI UMANI

3 - LINGUA E LINGUAGGIO

4 - LA SEMIOTICA

5 - LA PRATICA DELLA COMUNICAZIONE

6 - LA COMUNICAZIONE VERBALE E PARAVERBALE

7 - LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

8 - LA LINGUA DEI SEGNI

9 - INTERAZIONI SOCIALI E DINAMICHE DI GRUPPO

10 - LA LEADERSHIP, L'ASCOLTO ATTIVO, LA COMUNICAZIONE EFFICACE

11 - LA SOCIETÀ DI MASSA

12 - I MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

13 - INTERNET: COMUNICAZIONE E SICUREZZA

14 - MODELLI DI COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

15 - MODELLI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

16 - MEDIA E SOCIETÀ

17 - PRINCIPI DI COMUNICAZIONE PUBBLICA

18 - LA STRUTTURA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA

19 - L'INFORMATIZZAZIONE DELLA SOCIETÀ

20 - LA VIRTUALITÀ REALE

21 - SPORT E METAVERSO

22 - FENOMENOLOGIA DELLO SPORT

23 - I PROCESSI DI CIVILIZZAZIONE E INDUSTRIALIZZAZIONE

24 - GLI EVENTI SPORTIVI COME COMPONENTI DELL'INDUSTRIA CULTURALE

25 - LO SPORT COME SIMBOLO DELLA SOCIETÀ

26 - TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ SPORTIVA

27 - LA SOCIETÀ DEI CONSUMI

28 - TRA SPORT E GLOBALIZZAZIONE

29 - SPORT, MEDIA E CULTURA

30 - LE FORME DELLA COMUNICAZIONE SPORTIVA

31 - LA COMUNICAZIONE AZIENDALE

32 - IL COMMUNICATION MIX

33 - IMPRESE SPORTIVE E COMUNICAZIONE

34 - IL MARCHIO E L'IMMAGINE DELL'IMPRESA SPORTIVA

35 - IL MARKETING SPORTIVO

36 - LA RICERCA DEL MARKETING SPORTIVO

37 - LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

38 - IL GRANDE EVENTO SPORTIVO COME MEZZO DI COMUNICAZIONE

39 - LA COMUNICAZIONE DI MASSA NELLO SPORT

40 - I MEDIA E LA DIFFUSIONE DELLO SPORT

41 - L'AVVENTO DELLA RADIO E DELLA TV

42 - SCRIVERE DA GIORNALISTA E DA BRAND JOURNALIST

43 - INBOUND MARKETING PER LO SPORT

44 - IL CAMPIONE COME OGGETTO DI COMUNICAZIONE SPORTIVA

45 - L'UFFICIO STAMPA DI UNA SOCIETÀ SPORTIVA

46 - L'UFFICIO STAMPA DEL CAMPIONE

47 - I SOCIAL NELLO SPORT: UN MONDO IN CONTINUA EVOLUZIONE

48 - LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO SPORTIVO

49 - FACEBOOK

50 - INSTAGRAM

51 - TWITTER

52 - TIK TOK

53 - TWITCH

54 - CASE-STUDY: LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DELLA NIKE NEGLI ANNI '90

55 - CASE-STUDY: GLI SPOT NIKE E GLI ESEMPI ADIDAS E PUMA

56 - IL BODY-BUILDING IN INDIA: UN'OCCASIONE DI RISCATTO SOCIALE

57 - L'URBANIZZAZIONE DELLO SPORT

58 - SPORT E POTERE

59 - IL GRANDE EVENTO SPORTIVO

60 - LA FOTOGRAFIA SPORTIVA

AGENDA

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

L'iscrizione e i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.

Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

□ 60 Videolezioni + 60 test di autovalutazione

Impegno totale stimato: 60 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI) ED E-TIVITY CON RELATIVO FEED-BACK AL SINGOLO STUDENTE DA PARTE DEL DOCENTE O DEL TUTOR

Redazione di un elaborato

Partecipazione a web conference

Lettura area FAQ

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Svolgimento della simulazione del test finale

Totale: 10 ore

ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

180 ore per lo studio individuale