

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