SPORT VALUE MANAGEMENT

I EDIZIONE / MAGGIO - GIUGNO 2023

BBS
MULTIPLYING OPPORTUNITIES
BOLOGNA BUSINESS SCHOOL

Il corso di Sport Value Management intende fornire un approccio sistematico allo studio del management dello sport, con particolare focus sui temi del fundraising e delle sponsorizzazioni, conferendo ai partecipanti i tools manageriali per far fronte ai continui mutamenti del settore sportivo. Nella società attuale il valore della pratica sportiva vede sempre più coinvolte le aziende come veri e propri business partner, nella logica di trasferire e scambiare interessi e di mettere a fattor comune l'interazione che ne deriva tra società sportive e aziende non solo territoriali, ma anche nazionali e internazionali. I manager sportivi sono sempre più chiamati ad aumentare il valore generato e distribuito agli stakeholder (atleti, famiglie, aziende e sport system), includendo tra essi il contesto ambientale e le community di riferimento, in una logica di sostenibilità economica e finanziaria. Società sportive e business partner devono considerare l'introduzione di ruoli dedicati a questo tipo di gestione, secondo una pianificazione temporale, che non sia limitata all'anno sportivo, ma si estenda almeno ad una pianificazione di respiro triennale.

LA STRUTTURA

"L'economia dello Sport System è alla base di diversi fenomeni sociali, economici, finanziari, tecnologici e ambientali, che coinvolgono Persone, Organizzazioni ed Istituzioni. Questo fa sì che l'organizzazione sportiva non possa più eludere temi e strumenti che riguardano la pianificazione e la sostenibilità delle attività e dei progetti."

Paolo Di Marco
Direttore Esecutivo / paolo.dimarco@bbs.unibo.it

Massimo Righi
Direttore Esecutivo / massimo.righi@bbs.unibo.it

OVERVIEW

4 giornate d'aula + Project Work

CALENDARIO

30-31 maggio dalle 9.30 alle 18.00
20-21 giugno dalle 9.30 alle 18.00
28 giugno dalle 9.30 alle 13.00

PROFILO DEI PARTECIPANTI

Il corso si rivolge a coloro che hanno già avuto esperienze all'interno di società sportive, oppure che hanno già avuto ruoli in società sportive, ma non hanno mai avuto una formazione manageriale e a partecipanti provenienti da Corsi di Laurea interessati allo Sport Management.

MANAGER Sport System

Le giornate di aula saranno caratterizzate da un **mix di teoria e applicazione pratica** dei concetti appresi, garantito da testimoni e speaker d'eccezione:

Marco Aloi
Head of Event LBA
Legabasket Serie A

Francesca Scarpa
Head of Brand
AC Milan

Tommaso Bianchini
CIDO Società Sportiva
Calcio Napoli

Marco Dell'Acqua
HO Market Research
Nielsen Sports Italia

Roberto Casolari
Sports Marketing
Director Macron

Paolo Nicolai
atleta Beach Volley
Rio de Janeiro 2016

Fabrizio Corsini
Direttore Generale,
presso 3D4MEC

Mattia Matricardi
Senior PM
Pass The Ball

Jacopo De Giorgis
SC International
Nielsen Sports Italia

Gabriele Ganeto
Fondatore di
Sport2Next

Francesco Guccini
Licensing &
Merchandising FIGC

Marcello Scisciolo
Vice-Presidente
Virtus Scherma

STRUTTURA

PRIMO MODULO
SPORT BUSINESS AND LIFE-SPORT SYSTEM
- L'importanza dello Sport e dell'Intrattenimento nella Vita delle Persone e delle Organizzazioni
- Istituzioni sportive, Istituzioni governative ed Organizzazione Sportive
- Il Management dello Sport Value
- International Brand Value
- Sport System Data Management
- Value of the Sport League

SECONDO MODULO
SPORT STRATEGY AND DIGITAL MARKETING
- Sport Strategy e Sport Value Proposition
- Piano di Marketing per l'organizzazione sportiva
- Digital Marketing
- Dal CRM al FRM
- Marketing Strategy
- Digital Marketing e Fan Engagement
- Fan Token, eSports & Gaming

TERZO MODULO
SPORT ORGANIZATION AND SPONSOR MANAGEMENT
- Gli obiettivi delle sponsorizzazioni
- Ruolo e limiti delle sponsorizzazioni nel media mix
- Le variabili da valutare da parte dell'investitore
- Le modalità di controllo e i KPI
- Sponsor Management
- Event Management
- Licensing & Merchandising

QUARTO MODULO
SPORT BUSINESS PLAN AND STAKEHOLDER ENGAGEMENT
- Stakeholder and Sport System analisys
- Strategia e Sistema degli obiettivi
- Pianificazione medio termine
- Presentazione ai Business Partner, Public Partner, Technical Partner
- Personal Sport Branding
- Pianificazione ed obiettivi di un piano di sponsorizzazione a 3 anni

QUINTO MODULO
PROJECT WORK
Business partner e organizzazioni sportive proporranno dei Project Work finalizzati ad ottenere modelli applicativi e soluzioni concrete che possano soddisfare i quesiti posti in essere.

AGEVOLAZIONI PER:

AZIENDE DEL BUSINESS NETWORK DI BBS

ALUMNI BBS

GRUPPI DI ALMENO TRE PERSONE

"Come Marketing Manager del Gruppo Estra, conosco molto bene lo Sport System. Nel mio lavoro è di fondamentale importanza ricercare opportunità di visibilità per far crescere la brand awareness aziendale. I principi e i valori dello sport ben si coniugano con la strategia e le traiettorie di sviluppo del Gruppo perché il potere evocativo e comunicativo dello sport, come metafora dell'energia, è sempre stato coerente con la politica dei nostri investimenti sul territorio."

Dennis D'Amico
Ambassador | CMO - Marketing & Communication Director, Estra S.p.A.

SCHEDA DI ISCRIZIONE
www.bbs.unibo.it/sport

BBS
MULTIPLYING OPPORTUNITIES

BOLOGNA BUSINESS SCHOOL