

Dirigere lo sport è una professione moderna



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA

Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale

Master Universitario

Sport Management Marketing & Society



14^a edizione 2015/2016

Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale - via Bicocca degli Arcimboldi, 8 - 20126 Milano - Tel 02 58102830

e-mail: master.sportmanagement@unimib.it • franco.ascani@unimib.it

<http://www.unimib.it/go/Home/Studenti/Dopo-la-laurea/Master-universitari>

DIRIGERE LO SPORT E' UNA PROFESSIONE MODERNA

A fronte di una continua e rinnovata esigenza di formazione specifica nell'ambito sportivo-manageriale è attivo presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale della Bicocca, il Master Universitario in "Sport Management, Marketing and Society" (14^a edizione).

Tenuto conto della specificità e dell'unicità in Italia del Master, il principale obiettivo è quello di offrire ai partecipanti una proposta formativa di alto livello per rispondere con competenza manageriale, alle esigenze di nuove professionalità progettuali e relazionali per le organizzazioni sportive e per le imprese del mondo sportivo.

Il Master (certificato ISO 9001) conferisce 62 crediti formativi universitari e offre opportunità concrete di conoscenza del settore e di analisi critica delle strategie per il business dello sport nonché dei diversi aspetti socioeconomici, manageriali e culturali attraverso l'analisi della organizzazione, gestione e ricerca a vari livelli che valorizzi anche le esperienze specifiche nel sistema sportivo.

Prof. Franco B. Ascani

Coordinatore Master

- ***Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale
dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca:***
 - Direttore Prof.ssa Carla Facchini.

- ***Comitato di Coordinamento del Master:***
 - *Presidente:* Prof.ssa Serena Vicari
 - *Coordinatore:* Prof. Franco B. Ascani

 - *Componenti:* Prof. Simone Tosi, Prof. Giulio Vigevani,
Dr. Giampaolo Martino, Dr. Antonio Trifilò.

1. OBIETTIVI DEL MASTER

L'obiettivo del Master è quello di mettere gli iscritti in grado di rispondere in modo adeguato, con professionalità elevata e competenza manageriale alle esigenze dirigenziali poste in essere dalle organizzazioni sportive e dalle imprese ad esse direttamente o indirettamente collegate.

L'attivazione del master universitario scaturisce da una crescente esigenza di adeguare la formazione dei dirigenti, dei manager e dei quadri delle organizzazioni sportive alla aumentata complessità del "sistema sportivo" a livello nazionale ed internazionale. L'intersezione di conoscenze e competenze organizzative, normative, gestionali e culturali che caratterizzano il master richiede ai partecipanti di agire, attraverso una profonda analisi, nel "sistema sport" in modo strategico ed integrato in tutte le diverse articolazioni dello stesso mondo sportivo.

PROGRAMMA:

Tenuto conto della specificità e dell'unicità del master e dell'esperienza acquisita anche nel corso delle 13 edizioni precedenti, i contenuti formativi consentono di sviluppare e di fare acquisire, anche attraverso casi operativi, tutte le principali conoscenze e tecniche relative a: organizzazione, gestione ed economia dello sport nel privato (sport agonistico, sport competitivo, sport sociale con società sportive, federazioni, enti, leghe, ecc.) o nel pubblico ("sport per tutti", eventi con gli Enti locali, ecc.); organizzazione, gestione e comunicazione di eventi sportivi a vari livelli; conoscenza degli aspetti e/o dei vincoli giuridici, legali, finanziari collegati; organizzazione e gestione di impianti sportivi; conoscenze relative alla sicurezza degli impianti e alla sicurezza degli utenti; conoscenza delle nuove tecnologie (new media, Internet, ecc.); comunicazione; contatti con il mondo degli sponsor, del marketing, dei mass-media.

Gli insegnamenti sono articolati nelle seguenti 5 Aree:

1. Lo sport e la società, la formazione e risorse umane, la comunicazione.
2. Lo sport ed il processo educativo.
3. L'economia dello sport, il Management delle organizzazioni e degli eventi.
4. L'ordinamento giuridico e il settore istituzionale e normativo nello sport.
5. Il Marketing sportivo e lo sponsor. Il Management della gestione degli impianti.

Alla conclusione del suddetto corso vengono rilasciati i titoli di Master Universitario.

2. ANALISI DEI FABBISOGNI E SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Coloro che conseguiranno il Master potranno trovare spazio presso società sportive, società di gestione di impianti sportivi, Organizzazioni Nazionali e Internazionali, organismi quali Federazioni, Leghe, Aziende, Enti Pubblici, Mass Media e Agenzie di comunicazione sportiva. E' ipotizzabile anche una loro affermazione quali esperti dei problemi istituzionali, giuridici, sociali, culturali, gestionali e della comunicazione, imprenditori, consulenti di formazione, general manager nel mondo dello sport.

L'obiettivo principale è quello di formare, per il mercato del lavoro, figure professionali specialistiche idonee ad operare come dirigenti e manager di Club e Società sportive, di Organizzazioni Nazionali ed Internazionali, di Organismi (Federazioni, Leghe, Aziende, Centri Sportivi, Centri Fitness, ecc.) ed Enti Pubblici, come organizzatori di eventi sportivi, esperti di sponsorizzazioni, ecc.

Il Master sviluppa un'analisi critica dei diversi aspetti socioeconomici, manageriali e culturali dello sport, ivi compresa l'analisi di esperienze di organizzazione e ricerca a diversi livelli.

I sottoelencati settori occupazionali sono gli obiettivi del Master:

- a) Offrire l'opportunità di una specifica e qualificata formazione post-universitaria a coloro (dirigenti, operatori, neo-laureati, giovani professionisti, atleti di livello, ecc.) che aspirano a diventare manager sportivi e ad intraprendere o proseguire una carriera nel settore sportivo.
- b) Offrire agli operatori (pubblici e privati) del settore sportivo la possibilità di completare e aggiornare la propria formazione permettendo loro di condurre al meglio la loro attività nel prossimo futuro, assicurando altresì il miglioramento delle proprie capacità relazionali e la conoscenza degli strumenti e delle tecniche per la pianificazione, organizzazione e promozione di eventi sportivi.
- c) Valorizzare, attraverso la conoscenza diretta, la funzione di chi coordina, progetta, gestisce strutture ed eventi.
- d) Rispondere adeguatamente alle richieste provenienti dalle Società, dalle Associazioni, dalle Federazioni, dalle Aziende e dagli Enti Sportivi che operano sul territorio nazionale ed in ambito internazionale.

STRUTTURA E DOCENZE:

La partecipazione prevede una disponibilità il venerdì (ore 9,00 – 18,00) e sabato (ore 9,00 – 13,00).

Sono 62 i Crediti Formativi Universitari che verranno assegnati attraverso un percorso (applicazioni, stage, elaborazioni, esercitazioni, ricerche e attività pratiche) che, nel corso di 12 mesi, sotto la guida di qualificati docenti a livello nazionale ed internazionale, di esperti di sport (CIO e CONI), dell'economia, della comunicazione, di testimonial sportivi, di dirigenti di aziende e di Federazioni sportive, si sviluppa in tre fasi:

- a) Didattica frontale interattiva con la presenza in aula del Direttore del Master (da Novembre ad Aprile, con il coinvolgimento diretto degli iscritti), esercitazioni “sul campo”, tavole rotonde, case history di esperienze aziendali;
- b) Tirocinio formativo (4 mesi, da Aprile a Luglio) presso Enti (pubblici e privati) e organizzazioni specialistiche del settore (Federazioni sportive, Leghe, Aziende, Centri Sportivi, Centri Fitness, ecc.);
- c) Project-work (da Luglio a Ottobre).

La partecipazione agli stage (durata 650 ore) e la stesura del “Project work” a fine corso danno, inoltre, la possibilità di sviluppare gli aspetti operativi, comunicativi e di ricerca del proprio lavoro e di mettere in evidenza la propria capacità di pianificazione.

Prospettive occupazionali: nel corso delle dieci edizioni precedenti la percentuale di coloro che, dopo il Master, sono occupati nel settore sportivo è pari all’81%.

3. INSEGNAMENTI, CONTENUTI E OBIETTIVI FORMATIVI

Le Aree di insegnamento finalizzate ad affrontare le attuali situazioni dello sport e ad incrementare le conoscenze in un settore in continua espansione ed evidenza, sono articolate nei seguenti contenuti:

- ◆ **LO SPORT E LA SOCIETÀ, LA FORMAZIONE E RISORSE UMANE, LA COMUNICAZIONE**

Obiettivi formativi: Sviluppare ed acquisire le principali conoscenze relative agli aspetti comunicazionali dello sport nelle società.

Contenuti: La storia, i valori, l'etica e la cultura dello sport sono gli argomenti sui quali si basano le caratteristiche di sviluppo, sia attraverso l'analisi delle macrodimensioni che delle società sportive non-profit, proiettate nella moderna Società che sta registrando profonde trasformazioni. Gli strumenti della comunicazione e le implicazioni legate alle moderne tecnologie mediatiche assumono un ruolo determinante per lo sport inteso quale media. Il ruolo delle differenti figure professionali nello sport (comprese quelle di recente inserimento sul mercato), la gestione del gruppo e dei conflitti, la formazione psicologica, i livelli di intervento, gli aspetti comportamentali legati alla responsabilità. La specificità del manager sportivo. L'azione nel quadro del diritto al lavoro.

- ◆ **LO SPORT ED IL PROCESSO EDUCATIVO**

Obiettivi formativi: Fornire gli elementi essenziali per l'affermazione dello sport quale processo educativo.

Contenuti: La cultura dello sport e le azioni per la sua diffusione nella società moderna. L'etica dello sport e gli aspetti degenerativi del doping. L'attività sportiva intesa come prevenzione e difesa della salute all'interno del processo educativo e formativo.

◆ **L'ECONOMIA DELLO SPORT, IL MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI E DEGLI EVENTI**

Obiettivi formativi: Sviluppare e potenziare le conoscenze per una adeguata formazione professionale del gestore e organizzatore di eventi sportivi.

Contenuti: Una analisi globale e comparata dei diversi aspetti e riflessi dell'economia nello sport (spettacolo sportivo, impianti, lavoro, new-media, professionismo, ingaggi, bilanci, ecc.) per aprire, attraverso il sistema impresa e la sua gestione, un orizzonte professionale nel mercato sportivo. L'ideazione, l'attivazione, le tecniche di gestione di un evento sportivo; dalle fasi di progettazione al reperimento delle risorse economiche, dai rapporti con le istituzioni alla gestione delle risorse umane attraverso esperienze dirette di piccoli e grandi eventi. I Bilanci delle Società Sportive professionistiche.

◆ **L'ORDINAMENTO GIURIDICO E IL SETTORE ISTITUZIONALE E NORMATIVO NELLO SPORT**

Obiettivi formativi: Rispondere, attraverso una concreta conoscenza del quadro normativo, ad una crescente esigenza di fornire una adeguata formazione giuridica ad operatori nell'ambito sportivo.

Contenuti: Il quadro normativo, il ruolo e l'intersecazione dei soggetti istituzionali dello sport internazionale in Europa ed in Italia (l'UE, il CONI, Federazioni Sportive Nazionali, Enti di Promozione, Sodalizi, ecc.), il ruolo degli Enti locali e delle Regioni e quello delle Associazioni Sportive. Gli iter per accedere ai finanziamenti e le recenti iniziative governative per la trasformazione del CONI e dei soggetti dello sport.

◆ **IL MARKETING SPORTIVO E LO SPONSOR. IL MANAGEMENT DELLA GESTIONE DEGLI IMPIANTI**

Obiettivi formativi: Offrire una specifica formazione per intraprendere una carriera professionale nell'ambito della gestione degli impianti e delle attività sportive.

Contenuti: L'intervento di testimonial di altissima professionalità evidenzia come i media e la comunicazione abbiano assunto un ruolo determinante e irrinunciabile per lo sport attraverso il marketing, la pianificazione e i diritti d'immagine, nonché attraverso il rapporto con gli sponsor, la ricerca della sponsorizzazione e la misurazione dei ritorni attraverso il confronto con le principali aziende sponsor e con le Federazioni Sportive.

◆ **STAGE**

(N.B. L'elenco ampliato con nuovi enti ospitanti sarà pubblicato sul sito dopo l'approvazione degli Organi di governo dell'Università)

Obiettivi formativi: Concretizzare attraverso una esperienza formativa il completamento e l'aggiornamento della propria formazione.

Contenuti: Possibilità di sviluppare gli aspetti operativi, comunicativi e di ricerca e di organizzazione.

◆ **PROJECT WORK**

Obiettivi formativi: Realizzare, attraverso moderne tecniche di Marketing, Comunicazione, Organizzazione, un Progetto che evidenzi le capacità di pianificazione e gestione.

Contenuti: Stesura di un elaborato finalizzato alla realizzazione della tesi finale.

4. REQUISITI PER I PARTECIPANTI

Il Master è aperto a un massimo di N. **25** partecipanti (numero minimo N. **15**), in possesso dei seguenti titoli:

- Laurea triennale
- Laurea quadriennale conseguita secondo gli ordinamenti didattici previgenti al D.M. 1999 n. 509
- Laurea specialistica/magistrale
- Altri titoli di studio equiparati (Diploma ISEF)

Eventuali competenze e/o titoli preferenziali:

- Esperienze nel settore (minimo biennale)
- Titoli riconosciuti dal CONI e dalle Federazioni Sportive Nazionali e/o dagli Enti di Promozione Sportiva e/o dalle Discipline Associate.

Possono presentare domanda di ammissione anche i laureandi (*vedi art. 2 del Bando*).





Il Prof. Franco B. Ascani con **Marcello Lippi**, allenatore della Nazionale italiana di calcio campione del mondo 2006.



Inter e Milan, il derby si gioca prima... in Università

Prima Odo, poi Paolillo terranno due lezioni per il Master Universitario in "Sport Management, Marketing & Sociology"

22.02.2011 17:24 di Redazione Fcinternews.it - articolo letto 1445 volte

Fonte: Sporteconomy.it



Dott. Ernesto Paolillo, Amministratore Delegato FC Inter-

del Amministratore Delegato nerazzurro Dott. Ernesto Paolillo, che terrà la lezione sul "Management di una Società di calcio professionistica". Le lezioni sono aperte al pubblico.

In attesa della sfida del 3 aprile, Inter e Milan avranno modo di affrontarsi su un altro campo, quello... universitario. Entrambe le società infatti manderanno a tenere una lezione per la 2ª Edizione del Master Universitario in "Sport Management, Marketing & Sociology", presso la Facoltà di Sociologia dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Venerdì 25 febbraio toccherà al rossoneri Massimo Odojetti il tema della "Contrattualistica del calcio" mentre, venerdì 25 marzo, invece, sarà il turno

Il Dott. **Ernesto Paolillo**, già Amministratore Delegato FC Internazionale, tiene lezione sul fair play finanziario.



Gli iscritti al Master in visita presso la Redazione de "La Gazzetta dello Sport" e gli studi di "Gazzetta Tv".



Il Prof. Franco B. Ascani con **Daniele Gilardoni** (11 titoli mondiali di canottaggio) ed **Antonio Rossi** (campione olimpico di canoa).



Il Colonnello **Vincenzo Parrinello**, Comandante del Gruppo Sportivo delle Fiamme Gialle tiene lezione agli iscritti al Master.



Incontro con **Massimiliano Rosolino** (campione olimpico di nuoto).



Lezione con il Dott. **Francesco Ricci Bitti** (Presidente dell'ASOIF e della Federtennis internazionale).



Visita ed esercitazione al Centro Sportivo Federale "Pavesi" – Federvolley.

5. ORGANIZZAZIONE DIDATTICA

Il Corso si svolgerà a partire dal **13 Novembre 2015**. La **prova finale** si svolgerà **entro il 12 Novembre 2016**.

La didattica frontale, che prevede un impegno di un giorno e mezzo ogni settimana, si terrà presso i locali dell'Università degli Studi Milano-Bicocca – Via Bicocca degli Arcimboldi 8, 20126 Milano – con la seguente cadenza:

- **Venerdì:** ore 9,00 – 13,00 / 14,00 – 18,00
(con cadenza settimanale)
- **Sabato:** ore 9,00 – 13,00 Seminari, visite esterne, verifiche, esercitazioni, ecc.
(ogni due settimane).

L'attività didattica è conciliabile con lo svolgimento di proprie attività professionali.

Tale cadenza potrà protrarsi per non meno di 16 settimane (200 ore), anche non consecutive (**24 CFU**). Contestualmente e/o successivamente alla formazione in aula (didattica frontale) sono previste altre forme di addestramento (studio guidato e didattica interattiva quali stage, esercitazioni periodiche, ecc.) per la durata complessiva di 650 ore (**26 CFU**) presso Istituzioni, Organizzazioni, Federazioni, Enti locali, Leghe e Società sportive nazionali ed internazionali, Aziende, Agenzie giornalistiche e/o pubblicitarie, nonché presenza e partecipazione alla gestione di eventi sportivi a Milano, in Lombardia ed in Italia offrendo la possibilità di sviluppare aspetti legati alla ricerca di una definitiva attività professionale. Durante lo Stage di perfezionamento gli studenti saranno chiamati a realizzare il “Project work” che costituisce la Tesi del Master pari a 300 ore (**12 CFU**).

Il percorso formativo si articola in 1550 ore (pari a **62 CFU**), così ripartite:

- 200 ore di didattica frontale (600 ore compreso lo studio individuale), pari a 24 CFU
- 650 ore di tirocinio formativo, pari a 26 CFU
- 300 ore dedicate a elaborazioni progettuali (Project work), pari a 12 CFU

La didattica frontale interattiva, fondata su esperienze pratiche, prevede 5 Aree di insegnamento (più Stage e Project work) finalizzate ad affrontare con successo le attuali situazioni del “pianeta sport” e ad incrementare le conoscenze in un settore in continua espansione ed evidenza.

La didattica (con il coinvolgimento diretto dei partecipanti), prevede la discussione di case history, esercitazioni pratiche, testimonianze qualificate, lavori di gruppo, project work, ecc. Saranno distribuite pubblicazioni e dispense dei Docenti.

La frequenza da parte degli iscritti alle attività del corso è obbligatoria.

Per l'acquisizione dell'attestazione finale è richiesta la presenza per almeno il 75% delle ore di attività del Master e il superamento delle prove previste.

Informazioni: Tel. 02.89409076

Indirizzo e-mail; master.sportmanagement@unimib.it

6. COMPOSIZIONE DEL CORPO DOCENTE

Area di insegnamento	Docente	Facoltà / altro Ateneo o Ente di appartenenza	Denominazione moduli
Lo sport e la società, la formazione e la comunicazione	Serena Vicari	Docente Dipartimento di Sociologia UNIMIB	Il ruolo sociale degli eventi sportivi.
	Franco B. Ascani	Membro Commissione CIO – Presidente FICTS – Coordinatore Master	La figura ed il ruolo del manager sportivo.
	Ernesto Bergamin	Direttore tecnico Telenova – Docente Università Cattolica Milano	La struttura di un'emittente televisiva.
	Stefania Bianchini	Campionessa mondiale sportiva – Personal Trainer	Lo sport attraverso le immagini e i suoi testimonial.
	Chiara Bisconti	Assessora al Benessere, Sport e Tempo libero Comune di Milano	Il benessere dei cittadini attraverso l'attività sportiva.
	Luciano Buonfiglio	V. Presidente CONI Nazionale – Presidente Federcanoa Nazionale	La comunicazione delle Federazioni Sportive Nazionali
	Paolo Casarin	Opinionista del "Corriere della Sera" – Ex arbitro Internazionale di calcio	La teoria e la pratica delle figure professionali sportive.
	Sergio Chiesa	Direttore Datasport	La gestione dati, l'informatica, le statistiche, i servizi integrati, Internet e il suo linguaggio.
	Giorgio Cozzi	Managing Director ISO Formazione	La formazione degli operatori sportivi.
	Marco Dell'Acqua	CRA – Customized Research and Analysis	Analisi dei numeri dei grandi club del calcio.
	Claudio Gallo	Settore Sport e Giovani Regione Lombardia	Aspetti storici e sociali dello sport.
	Xavier Jacobelli	Direttore calciomercato.com – Docente giornalismo Università degli Studi Milano	Le caratteristiche dei media sportivi.
	Marcello Lippi	Allenatore della Nazionale italiana di calcio campione del mondo 2006	La costruzione di un Team vincente.
	Robert Morse	Campione di Basket – Docente Saint Mary's College (Usa)	Il sistema sportivo americano.
	Giampaolo Nuvolati	Docente Dipartimento di Sociologia UNIMIB	Sociologia e sport nella grande città.
	Giangiacomo Papa	Responsabile Sponsorship Unicredit	La sponsorizzazione nello sport.
	Juli Pernas Lopes	Direttore Fondazione Barcellona Olimpica	Lo sport per tutti. Lo sport è cultura.
	Enrico Prandi	Past President Panathlon International – Docente Università LIUC Castellanza	Lo sport e l'etica.
	Fabio Ravezzani	Direttore Sport Telem Lombardia – Docente giornalismo Università degli Studi Milano	Lo sport, la tv e i diritti televisivi.
	Daniele Redaelli	Caporedattore "La Gazzetta dello Sport"	Lo sport e la comunicazione.
Francesco Ricci Bitti	Presidente ASOIF e ITF – Docente Master Università di Losanna	Le Federazioni Sportive Internazionali.	
Antonio Rossi	Assessore Sport e Giovani Regione Lombardia – Plurimedagliato olimpico di canoa – Membro Giunta CONI Nazionale	Le emozioni dello sport.	

	Gabriele Tacchini	Giornalista ANSA Presidente GLGS Lombardia	Il ruolo delle agenzie di stampa.
	Carmelo Tribunale	Tenente Colonnello Comando Militare Esercito Lombardia	La comunicazione istituzionale
	Andrea Varnier	Advisor CIO Rio 2016 Olympic Games	Lo sport e l'olimpismo.
Lo sport ed il processo educativo	Vittorio Adorni	Campione di Ciclismo – Presidente del Consiglio dell'Unione Ciclistica Internaz.	Educazione e sport.
	Claudio Arrigoni	Esperto di sport paralimpici – Docente giornalismo Università degli Studi Milano	Lo sport e le persone con disabilità.
	Marco Bussetti	Dirigente Ufficio Scolastico Lombardia – Docente Università LIUC Castellanza	L'attività sportiva nella scuola.
	Luca Fiorimonte	V.Pres. Tribunale Nazionale Antidoping CONI - Docente Università Statale Roma	Il Doping nello sport.
	Giuseppe Righini	Coordinatore Tecnico Regionale FIGC – Docente Scuola dello Sport del CONI	Il calcio giovanile.
	Fulvio Scaparro	Psicoterapeuta – giornalista del Corriere della Sera	Le questioni giovanili.
L'economia dello sport, il management delle organizzazioni e degli eventi	Massimo Saita	Direttore Dipartimento di Economia UNIMIB	L'economia dello sport professionistico , la quotazione in Borsa delle Società sportive.
	Franco B. Ascani	Membro Commissione CIO – Presidente FICTS – Coordinatore Master	Il management e il marketing degli eventi, l'organizzazione pratica degli eventi, partecipazione alla gestione di eventi.
	Pierandrea Chevallard	Segretario Generale C.C.I.A.A. di Milano	I sistemi informativi e i metodi strumentali e quantitativi di management.
	Franco D'Alfonso	Assessore al Turismo e Marketing Territoriale Comune di Milano	Lo sport ed il marketing territoriale.
	Massimo Massoni	Consulente Diritto Assicurativo	L'assicurazione nello sport.
	Silvia Messaggi	Docente Dipartimento di Economia UNIMIB	L'economia dello sport.
	Ernesto Paolillo	Consulente economico UEFA – Docente Università LIUC Castellanza	Il fair play finanziario.
	Enzo Parrinello	Responsabile Gruppi Sportivi FF.GG. – Docente Master Tor Vergata Roma	La teoria e la pratica dei modelli organizzativi sportivi.
	Flavio Sangalli	Docente Dipartimento di Sociologia UNIMIB	Management dei servizi sportivi.
L'ordinamento giuridico e il settore istituzionale e normativo nello sport	Giulio Vigevani	Docente Dipartimento di Giurisprudenza UNIMIB	Lo sport e la costituzione.
	Ottorino Ascani	Specialista Diritto Unione Europea – Docente Università degli Studi Milano	Lo sport e l'ordinamento comunitario.
	Franco Ascani	Membro Commissione CIO – Presidente FICTS – Coordinatore Master	Il marketing degli eventi.
	Carlo Bozzali	Presidente ordine dei commercialisti di Milano – Amministratore Studio Bozzali	Lo sport ed il fisco.
	Roberto Bresci	Esperto di Diritto civilistico e fiscale – Docente Federazione Italiana Nuoto	Le regole fiscali e il contratto di lavoro per le organizzazioni sportive.
	Raoul Duca	Avvocato Esperto di Diritto Sportivo	Il contratto di lavoro nel mondo sportivo.
	Filippo Grassia	Giornalista – Docente Università degli Studi di Milano Scienze Motorie	Le origini dello sport in Italia.

	Carlo Tavecchio	Presidente Lega Nazionale Calcio Dilettanti	Le regole del calcio.
Il marketing sportivo e lo sponsor. Il management della gestione degli impianti	Angelo Di Gregorio	Docente Dipartimento Scienze Economico-Aziendale UNIMIB	Il bilancio di un grande club calcistico.
	Franco B. Ascani	Membro Commissione CIO – Presidente FICTS – Coordinatore Master	Sponsorship, licensing e merchandising, le visite con i gestori degli impianti, le visite e le mostre specializzate.
	Francesco Boccia	Esperto Progettazione Impianti	Le soluzioni gestionali per gli impianti sportivi.
	Auro Bulbarelli	Vice Direttore Rai Sport	Lo sport come prodotto televisivo.
	Roberto Fabbricini	Segretario Generale CONI	La struttura dello sport italiano.
	Francesco Ghirelli	Direttore Generale Lega Pro	La gestione di una lega sportiva.
	Giampaolo Martino	Esperto Progettazione Impianti	I tipi di gestione: le normative tecniche, impiantistiche di accessibilità e sicurezza.
	Berhard Scheifflinger	Direttore Marketing ed Eventi Internazionali Red Bull	Il marketing attraverso gli eventi.
	Antonio Trifilò	Esperto di marketing – Amministratore Marketing Project System srl	Le funzioni del marketing; il servizio sportivo; i consumatori sportivi.
	Simone Tosi	Docente Dipartimento di Sociologia UNIMIB	Analisi sociologica dei grandi impianti sportivi.
	Angelo Zomegnan	Ex Direttore Giro d'Italia ciclismo	I grandi eventi sportivi.

7. CONTRIBUTO D'ISCRIZIONE

Il contributo di iscrizione è di € **2.600** e dovrà essere versato al momento dell'immatricolazione in unica soluzione compreso il rilascio del Diploma originale del Master.

8. MODALITA' D'ISCRIZIONE

LE MODALITA' DI ISCRIZIONE SARANNO CONTENUTE ESCLUSIVAMENTE NEL BANDO DI AMMISSIONE AL MASTER CHE SARA' PUBBLICATO A PARTIRE DALLA META' DEL MESE DI GIUGNO 2015 SUL SITO WEB www.unimib.it. SI RACCONDA DI LEGGERE CON MOLTA ATTENZIONE IL TESTO DEL BANDO.

La domanda di ammissione dovrà essere presentata a decorrere **dal 15 Giugno 2015 sino alle ore 12.00 del 18 Settembre 2015** (N.B. tali date saranno confermate o leggermente modificate nella pubblicazione del Bando di Ammissione).

E' prevista la partecipazione di max 3 uditori con gli stessi requisiti di accesso: quota di partecipazione € 1.000.

9. MODALITA' DI SELEZIONE DEI CANDIDATI

La selezione per l'ammissione al Master avrà luogo il **2 Ottobre 2014** (*N.B. tale data sarà confermata o leggermente modificata nella pubblicazione del Bando di Ammissione*), presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale – Università di Milano-Bicocca e avverrà sulla base della valutazione del curriculum vitae et studiorum e degli altri eventuali titoli presentati dal candidato. I candidati NON dovranno presentarsi alla selezione.

La pubblicazione della data della selezione ha valore di notifica a tutti gli effetti.

La Commissione giudicatrice della selezione è nominata dal Comitato di Coordinamento del Master.

I candidati sono ammessi al Master secondo l'ordine di graduatoria, pubblicata a partire dal 15 Ottobre 2015 (*N.B. tale data sarà confermata o leggermente modificata nella pubblicazione del Bando di Ammissione*), fino alla concorrenza dei posti messi a concorso.

Le procedure di immatricolazione sono previste dall'art. 7 del Bando.

La frequenza al Master Universitario consente, a tutti gli iscritti:

- L'utilizzo gratuito di un Corso e-learning in "Economia dello sport" del Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Milano Bicocca.
- La visita gratuita a prestigiose istituzioni (es: Museo Olimpico di Losanna), impianti sportivi (es: Centro Pavesi, Novarello, ecc.), network della comunicazione (es: Gazzetta dello Sport, Telelombardia, ecc.) e la partecipazione attiva ad eventi sportivi nell'area milanese.
- Negli anni precedenti hanno conseguito il titolo di Master Universitario in "Organizzazione e Sociologia dello Sport" i seguenti campioni dello sport:
 - Daniele Gilardoni, *11 volte Campione del Mondo di Canottaggio*
 - Viola Valli, *5 volte primatista mondiale nuoto (10 km)*
 - Stefania Bianchini, *3 volte Campionessa Mondiale di Pugilato – Pesi Mosca*
 - Patrick Ndayisenga, *Maratoneta ai Giochi Olimpici Sydney 2000*
 - Valeria Rosso, *Campionessa Europea di Volley e Beach-Volley*

Milano, 18 Marzo 2015

IL SINDACALISTA

Oddo docente alla Bicocca
«Una nuova Aic»



MILANO (m.iar.) Ha tanti sogni nel cassetto, Massimo Oddo. Si sente ancora un calciatore a tutti gli effetti, tanto che per lunedì è in ballottaggio con Jankulovski. Ma nel frattempo prepara un atterraggio morbido nel post-carriera. Tra i diversi progetti che ha in testa c'è la presidenza dell'Assocalciatori, dopo l'esposizione in prima linea nella trattativa per il contratto collettivo. E proprio di questo ieri ha parlato, davanti agli studenti del master in «Sport Management, Marketing & Sociology» all'università Bicocca. A 4 esami dalla laurea in scienze politiche, Oddo si è dicitricato tra le norme che regolano il rapporto, spesso conflittuale, tra club e giocatori. Con una puntata: «L'Aic va rinnovata. Perché mai al tavolo con la Lega non può sedersi un calciatore in attività?».

RELATORE ALL'UNIVERSITÀ DI MILANO

CON VARESE 4 SCUDETTI

Bob Morse è nato nel Maryland il 4-1-1951. Arrivato all'Ignis Varese nel 1972-73 (trascorrendo per 9 stagioni), vincendo tutto ciò che al primo anno: Coppa Campioni scudetto, Coppa Intercontinentale e Coppa Italia. F. I. B. realizzatore di sempre in serie A (5775 punti, dietro ad Antonello Riva, Oscar Schmidt, Carlton Myers e Chuck Jura) e ha vinto le classifiche tricolori per 5 volte. Nel 1986, 3 Coppe Campioni e 4 tricolori. Laddo al basket il 27 maggio 1986.



Bob Morse, 60 anni, ha giocato fino al 1986 LIVERANI

Il mito Morse è sempre in cattedra

MILANO (chiabi) Dietro la cattedra, Bob Morse, uno dei più grandi giocatori del nostro basket, 60 anni, docente di lingua e letteratura italiana al piccolo St. Mary's College di Notre Dame, nell'Indiana. Di fronte i ragazzi del master di «Sport Management, Marketing & Sociology» all'Università di Milano Bicocca. Ma anche Sandro Gamba. Tema: «Il sistema sportivo Usa». La cosa più strana: scure domande su temi inusuali in ambito accademico come il lockout Nba. Pochi si rendono conto di cosa rappresenti il loro professore per un paio di generazioni di sportivi che hanno l'età dei loro padri. Uno studente gli chiede un autografo: per i genitori?

Legame Bob spiega da dove viene prima di addentrarsi nella sua conferenza: «E' stata un'occasione per tornare ad occuparmi di sport dopo molti anni. Ho studiato e spero di poter portare queste lezioni anche altrove in Italia» dice. Il legame col nostro Paese non si è mai interrotto, anche se 15 anni fa ha deciso di lasciarlo per tornare in America e ricominciare da capo, a 46 anni. Dove ha iniziato a insegnare italiano per divertimento fino a farne la sua professione. Morse mostra le diapositive del presidente Obama che compila il «presidential bracket», il tabellone della Ncaa, per far capire quale impatto abbia sulla gente lo sport universitario. E via con cifre e tematiche dello sport professionistico così lontano per obiettivi e strutture al nostro.



Impianti Quando gli chiedono quale sia, tra tante cose positive, la cosa che gli piace di meno, si sofferma sugli impianti: «Pagati quasi completamente dai soldi dei contribuenti mentre i ricavi vanno ai proprietari delle squadre». Finisce con gli applausi degli studenti la parte istituzionale del suo stage iniziato a Varese venerdì. Oggi passa a prenderlo Massimo Lucky (che anche Bob pronuncia con la u alla italiana) Lucarelli, suo ex compagno di squadra nell'Ignis e grande amico, per spingersi con le famiglie fino alla Puglia in vacanza. Qualche giorno a Roma dove ha ancora tanti contatti e poi il ritorno negli Usa a parlare ad altri studenti della nostra cultura. «Qui mi sento a casa» dice a una tv. Morse, il mito, è solo nostro.



Il Coordinatore del Master Prof. Franco B. Ascani con Massimo Oddo (AC Milan), Robert Morse (Ignis Varese) e Sandro Gamba (già coach della Nazionale italiana di basket).

Tirocinio e Partner

Il tirocinio formativo si specifica attraverso attività di Stage presso Enti, organizzazioni specialiste del settore, attraverso applicazioni pratiche, elaborazioni, esercitazioni, ricerche e attività pratiche (26 crediti). Il tipo di tirocinio, contestualmente deciso con lo studente, prenderà in considerazione l'esito delle verifiche periodiche.

FEDERAZIONI SPORTIVE INTERNAZIONALI E NAZIONALI

AIPS International Sports Press Association		FIGC Federazione Italiana Gioco Calcio		FIDAL Federazione Italiana di Atletica Leggera	
FICTS Federation Internationale Cinema Television Sportifs		FIP Federazione Italiana Pallacanestro		FICK Federazione Italiana Canottaggio	
FISpT Federation Internationale du Sport pour Tous		FIPAV Federazione Italiana Pallavolo		CONI Provinciale Milano	



AZIENDE

Adidas		Nike		Red Bull	
Ferrari Maranello		Cocopelli		Data Sport	
Free Time		G-Sport		Jute Sport	

CENTRI, CLUB E SOCIETÀ SPORTIVE

AC Milan		Idroscalo Club		SGM Forza e Coraggio	
FC Internazionale		CINSA		Quanta Sport Village	
Milano City Marathon		Lombardia Nuoto		Autodromo di Monza	

MEDIA

Eurosport		Rai Sport		USSI	
La Gazzetta dello Sport		Resto del Carlino - La Nazione - Il Giorno		Sky Sport	
Telenova		Telelombardia		Mediaset	

ENTI LOCALI E TERRITORIALI

Provincia di Milano		Comune di Milano		Milanosport	
---------------------	---	------------------	---	-------------	---

AGENZIE E/O STRUTTURE PREPOSTE ALL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI SPORTIVI

Sipra		In Sport		Blue PR	
Action Agency		Sportre-Cegis		Emmedi	

STUDI PROFESSIONALI

Avv. Bresci e Associati	Dott. Pezzini e Associati	Avv. Duca e Associati
-------------------------	---------------------------	-----------------------