

PROGRAMMA

Comunicazione

Cenni storici. Le teorie della comunicazione. La comunicazione di massa e gli effetti dei mass media. L'evoluzione dei mezzi di comunicazione: da Gutenberg agli ipertesti

Sport

Dai Giochi Olimpici antichi a De Coubertin. Lo sport nell'era moderna. Evoluzione dello sport e sua incidenza nella società contemporanea. Lo sport come spettacolo. I valori dello sport: sociali e per la comunicazione. La strumentalizzazione dello sport

Media

Cenni storici. L'esigenza di informazione. I media e lo sviluppo della società moderna. L'evoluzione tecnologica. Stampa scritta e radiotelevisiva. I new media: internet e l'interattività. Analisi dei mezzi di comunicazione. Mass media. Il linguaggio dei media

Sport e media

Sport come elemento privilegiato della comunicazione. Giornalismo sportivo. Differenze e linguaggio. Comunicazione on-line. Il ruolo dei media nello sport

Marketing sportivo

Definizione. Interattività tra sport e marketing. Valore dello sport sotto il profilo commerciale. Tecniche di marketing applicate allo sport. Obiettivo, pianificazione, gestione. Tipologie del marketing sportivo. Marketing territoriale e sport

Pubblicità e sport

Concetto e tipologia. Teoria e tecnica dell'utilizzazione pubblicitaria dello sport. Graduazione dell'intervento pubblicitario. I criteri di impiego dei mezzi

Le strategie per la comunicazione

Teoria e tecnica. Finalità, tempo, luogo, obiettivo. Il campione come soggetto di comunicazione. L'evento come mezzo di comunicazione.

Il linguaggio della comunicazione

Parole e immagini. L'etica della comunicazione

VALUTAZIONE

Al termine del corso, verrà sostenuta una prova d'esame orale sui temi affrontati.

LIBRO DI TESTO

Giornalismo e Comunicazione dello Sport

Mario Arceri

Editore Universitalia, 2016

STUDY PLAN

Communications

Background history. The communications' theories. Mass communications and media effects. The evolution of media: from Gutemberg to hypertext.

Sport

The evolution of the sport and its implication in contemporary society. Sport as mass entertainment. The values of sport: social one and for communication. The manipulation of sport.

Media

Background history. The informations needs. The media and the development of modern society. Technological developments. The written and audiovisual press. New media: internet and his interactivity. Analysis of the different media and their language. Mass media.

Sport and Media

Sport as a privileged element of communication. Sport press. Differences between media and its languages. Communication on line. The media's role in the sport.

Sport Marketing

Definition. Interactivity between sport and marketing. Commercial value of sport. Marketing techniques applied to sports. Objectives, planning, management. Categories of sport marketing. Local marketing and sport.

Advertising and Sport

Concept and types. Theory and advertising use technical sport. Graduation of the advertising measures. The criteria of media's employment.

Communication strategies.

Theory and technicques. Objectives, time, scene, targets. The sporting stars as testimonial. The event as a communication medium.

The communication language

Words and images. The ethics of communication.

EVALUATION

At the end of the course it will be supported an oral exam on the topics addressed

TEXTBOOK

Giornalismo e Comunicazione dello Sport

Mario Arceri

Editore Universitalia, 2016