

Storia e comunicazione dello sport

SPORT E COMUNICAZIONE

Elementi di teoria e di tecnica della comunicazione nello sport

Docente: Mario Arceri
marioarceri46@gmail.com

L'insegnamento intende trasmettere allo studente conoscenze e competenze in un settore particolarmente importante della società: la comunicazione e il suo rapporto con lo sport.

Gli studi universitari lo condurranno infatti ad un impegno professionale nel mondo dello sport: tecnico, trainer, dirigente o persona attiva nella gestione e nella responsabilità di circoli o comunque di istituzioni sportive pubbliche e private, egli dovrà rapportarsi inevitabilmente con il mondo della comunicazione (media, marketing, pubblicità) per ottimizzare i risultati del suo impegno.

Le nozioni apprese saranno particolarmente utili per avvalersi al meglio delle opportunità che una corretta comunicazione può offrire in ogni dettaglio della futura attività, oltre a far conoscere i meccanismi, le tecniche, i mezzi comunicazionali così importanti nella società dell'informazione, come è definita l'epoca che stiamo vivendo.

PROGRAMMA DI STUDIO

Il ruolo crescente dello sport nella società (ludico, spettacolare, economico)
L'importanza dello sport per la comunicazione
La comunicazione e l'uomo. Razionalizzazione e secolarizzazione
Le teorie della comunicazione
La comunicazione di massa e gli studi sul giornalismo
Lo sport fenomeno mediatico: i valori assoluti e i valori per la comunicazione
La trasformazione dello sport: evoluzione e strumentalizzazione
I media: la nascita dei giornali, la penny press, la stampa sportiva nel mondo e in Italia
I media e lo sviluppo della società. L'esigenza di informazione. L'evoluzione tecnologica
I valori notizia: libertà di stampa e scelte etiche
Stampa scritta e comunicazione a distanza
I mass media e la comunicazione di massa
Il linguaggio dei media
I new media, internet e il giornalismo on line, gli "user generated contents", il "citizen journalism"
Il lessico sportivo, il ruolo dei media nella società dell'informazione
Marketing sportivo e sue tipologie, marketing territoriale, merchandising, mass e business market/marketing
La pubblicità e l'utilizzazione pubblicitaria dello sport

Le strategie di comunicazione sportiva. Ruolo e responsabilità del campione.
L'evento come mezzo di comunicazione

LIBRO DI TESTO

La Comunicazione nello Sport

di Mario e Marco Arceri

Edizione Workshop/Universitalia, 2013-15

**Reperibile presso la LIBRERIA MEDICO SCIENTIFICA
in VIA DEI VESTINI 134, Chieti Scalo**

STORIA DELLO SPORT

Docente: Fabio Dario Baldoni

fdbaldoni@yahoo.it

Obiettivi: Il corso intende illustrare come lo sport sia cultura in quanto manifestazione individuale o collettiva, sia nelle sue espressioni materiali che tecnicoscientifiche.

Grazie alla storia sociale dello sport è possibile ricostruire l'evoluzione dell'uomo nella sua dimensione di individuo e nelle sue relazioni sociali, attraverso l'analisi delle varie forme di utilizzo, ludico e competitivo, del corpo.

Tre gli obiettivi formativi che il corso si prefigge :

- a) Conoscenza delle forme di uso del corpo a scopo ludico nelle varie epoche storiche;
- b) Conoscenza basilare del contesto storico in cui è nato e si è affermato lo sport moderno;
- c) Conoscenza dell'evoluzione del fenomeno sportivo nel Novecento.

Programma d'esame:

Definizione metodologica. Il gioco e lo sport. La riscoperta dei valori dello sport.

La nascita degli sport contemporanei.

Storia ed evoluzione dello sport in Italia.

La stagione coubertiniana: nascita ed evoluzione dei Giochi Olimpici moderni

L'utilizzo dei Giochi Olimpici in chiave socio politica

Sport e mezzi di comunicazione di massa. La globalizzazione dello sport.

Testo d'esame: Dispensa dal titolo: "I VALORI STORICI DELLO SPORT"