

UNIVERSITA' DEGLI STUDI GABRIELE D'ANNUNZIO - CHIETI
Dipartimento di Medicina e Scienze dell'invecchiamento
Corso di Laurea in Scienze delle Attività Motorie e Sportive

"Comunicazione dello sport"

Il rilievo sempre maggiore dello sport sotto i suoi diversi aspetti (ludico, amatoriale, agonistico, spettacolare, culturale, pedagogico, commerciale) nella società moderna, nella quale la comunicazione ha raggiunto un livello di assoluta importanza, rende importante l'approfondimento di questi due settori centrali. La conoscenza degli elementi fondamentali della comunicazione, in particolare riferiti allo sport, è dunque necessaria soprattutto per chi, avviandosi allo studio della scienza dell'educazione motoria, nella sua futura attività professionale si troverà ad operare nel mondo dello sport e a rapportarsi con il mondo della comunicazione.

L'insegnamento propone elementi della comunicazione, la storia dello sport e la sua influenza nella società, l'importanza per i media di cui verranno illustrate evoluzione e tipologie. Quindi il marketing, la sua finalizzazione attraverso la pubblicità, l'etica della comunicazione e dello sport.

In particolare, viene analizzato il ruolo e l'importanza del giornalismo sportivo, nei suoi aspetti storici, culturali e professionali, in base all'esperienza maturata dal docente come responsabile degli sport olimpici e inviato speciale del Corriere dello Sport - Stadio, e come direttore di riviste specializzate, attualmente Basket Magazine.

Risultati di apprendimento attesi

Consapevolezza dell'importanza della comunicazione nella società contemporanea. Conoscenza dei mezzi di comunicazione con riferimento allo sport, inteso come elemento di particolare interesse nella vita sociale.

Approfondimento della struttura dei mezzi di informazione e della tecnica, dei meccanismi e delle norme che regolano e disciplinano l'attività giornalistica, tale da consentire allo studente, nella sua futura attività professionale, di interagire nel modo più corretto e produttivo con l'ambito della pubblica informazione.

Programma del Corso

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

Docente: **Prof. Mario Arceri**

(giornalista professionista, docente di Giornalismo Sportivo presso l'Università Roma Tor Vergata. Già alla Link Campus University)

Indirizzo e-mail del docente: **marioarceri46@gmail.com**

Testo di studio: **La comunicazione nello sport**

di Mario e Marco Arceri (ed. Workshop-Universitalia, seconda edizione 2012, copertina rossa)