



Corso Marketing Sportivo e Comunicazione

Programma didattico

Fase 1 – Prelezione

1. Primo incontro con il docente e introduzione al metodo didattico
2. Valutazione del livello di partenza dell'allievo
3. Perfezionamento degli obiettivi del corso
4. Controllo degli strumenti e dei dispositivi

Fase 2 – Programma Didattico Business

Modulo 1 – Introduzione al marketing sportivo e alla comunicazione di settore

- Panoramica del marketing applicato al mondo sportivo, differenze tra promozione commerciale, comunicazione istituzionale e valorizzazione del brand sportivo.
- Analisi dei principali contesti operativi: club, associazioni, palestre, centri fitness, eventi, scuole sportive e brand collegati al settore.

Modulo 2 – Scenario del settore sportivo e analisi del posizionamento

- Studio delle caratteristiche del mercato sportivo, delle dinamiche competitive e del ruolo della comunicazione nella costruzione dell'identità di una realtà sportiva.
- Analisi dei punti di forza, dei fattori distintivi e del posizionamento di un brand o di un'attività nel settore.

Modulo 3 – Target, pubblico e segmentazione nel mondo sport

- Individuazione dei pubblici di riferimento: tifosi, iscritti, praticanti, famiglie, sponsor, partner e community locali.
- Lettura dei bisogni del target e definizione di segmenti utili per costruire una comunicazione più efficace e coerente con gli obiettivi.



Offriamo corsi
su misura e
personalizzati per tutti i
livelli, garantendo
qualità e risultati grazie
a docenti esperti e
metodologie
all'avanguardia



CHIAMACI GRATUITAMENTE
02 899 195 66



**CERTIFICATO DI
GARANZIA**

Modulo 4 – Fondamenti di branding per lo sport

- Costruzione dell'identità del brand sportivo, definizione di valori, tono di voce, immagine percepita e coerenza della comunicazione.
- Elementi base per sviluppare un racconto credibile e riconoscibile nel tempo.

Modulo 5 – Strategia di comunicazione per realtà sportive

- Impostazione di una strategia di comunicazione integrata per promuovere attività, servizi, eventi, corsi e iniziative sportive.
- Organizzazione dei messaggi principali e scelta dei canali più adatti in base al tipo di pubblico e agli obiettivi.

Modulo 6 – Contenuti e strumenti di comunicazione online e offline

- Utilizzo coordinato di contenuti digitali e strumenti promozionali.
- Principi di comunicazione per sito web, social media, materiali promozionali, newsletter, presentazioni e supporti utili per la promozione di attività sportive.

Modulo 7 – Marketing operativo per club, palestre e centri sportivi

- Pianificazione di azioni promozionali per aumentare visibilità, interesse, iscrizioni e partecipazione.
- Gestione di offerte, open day, campagne stagionali, iniziative promozionali e attività di valorizzazione dei servizi.

Modulo 8 – Relazione con il pubblico e fidelizzazione

- Principi di customer experience e fidelizzazione nel settore sportivo.
- Strategie di mantenimento della relazione con utenti, iscritti e community. Costruzione di una comunicazione che favorisca continuità, partecipazione e senso di appartenenza.

Modulo 9 – Sponsorizzazione, collaborazioni e partnership di base

- Introduzione alle logiche di sponsorizzazione e alle collaborazioni tra realtà sportive e brand.
- Lettura del valore promozionale di un'attività sportiva e principi base per la presentazione di opportunità di visibilità.

Modulo 10 – Pianificazione di campagne e attività promozionali

- Organizzazione di una campagna di comunicazione o marketing per il settore sportivo.
- Definizione di obiettivi, messaggi, canali, tempistiche e materiali necessari per promuovere un'attività, un evento o un servizio.

Modulo 11 – Analisi dei risultati e miglioramento delle attività

- Lettura delle principali metriche e dei segnali utili a valutare l'efficacia delle azioni di marketing e comunicazione.
- Interpretazione dei risultati e utilizzo dei dati per correggere o ottimizzare la strategia.

Modulo 12 – Applicazione operativa del marketing e della comunicazione sportiva

- Simulazione di un piano di marketing e comunicazione per una realtà sportiva.
- Organizzazione delle attività, definizione delle priorità e costruzione di una visione operativa adatta a un profilo junior.

Fase 3 – Preparazione per il lavoro

Grazie alla collaborazione con [CV&Lavoro](#), mettiamo a disposizione dei nostri studenti un supporto professionale e altamente personalizzato che include:

1. Redazione del curriculum vitae, efficace e ottimizzato per i sistemi ATS

2. *Creazione di una lettera di presentazione su misura, in linea con il profilo e il percorso formativo*
3. *Ottimizzazione del profilo LinkedIn, oggi fondamentale per la ricerca di opportunità in ambito digitale e non solo*
4. *Supporto pratico alla ricerca attiva del lavoro, con strumenti e strategie collaudate*
5. *Indicazioni su come rispondere agli annunci e proporsi in modo mirato alle aziende*
6. *Preparazione ai colloqui di lavoro*
7. *Lezioni pratiche e interattive, con esempi concreti*
8. *Materiale didattico e assistenza per dubbi, revisioni e miglioramenti*

N.B

Riservata ai privati, non previsto per i corsi aziendali o per gli enti pubblici