



Corso Sport Advertising & Performance Marketing

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 all'advertising e al performance marketing nel settore sportivo

- Panoramica della pubblicità digitale applicata al mondo sportivo
- Differenze tra comunicazione organica, advertising e performance marketing
- Analisi dei principali contesti di applicazione: club, palestre, centri fitness, eventi, academy e brand sportivi
- Ruolo delle campagne digitali nella promozione di servizi, attività, eventi e iscrizioni

Modulo 2 – Fondamenti di strategia pubblicitaria per il settore sport

- Definizione degli obiettivi di campagna
- Individuazione del target di riferimento
- Costruzione di messaggi promozionali coerenti con il brand sportivo
- Scelta dei canali più adatti in base al tipo di attività e ai risultati attesi

Modulo 3 – Targeting e segmentazione del pubblico

- Analisi dei pubblici di riferimento nel settore sportivo



Eccezionale | TrustScore 4.8

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

- Segmentazione in base a interessi, comportamenti, area geografica e obiettivi
- Distinzione tra pubblico freddo, caldo e di remarketing
- Costruzione di audience coerenti con campagne di promozione sportive

Modulo 4 – Struttura delle campagne pubblicitarie digitali

- Organizzazione delle campagne in funzione degli obiettivi
- Differenze tra campagne di visibilità, traffico, contatti e conversione
- Impostazione di gruppi di annunci e creatività
- Logiche base di gestione del funnel pubblicitario

Modulo 5 – Creazione dei contenuti per le campagne

- Sviluppo di annunci visivi e testuali per il settore sportivo
- Scrittura di copy promozionali e call to action
- Adattamento dei contenuti ai diversi formati pubblicitari
- Coerenza tra messaggio, offerta e pubblico di riferimento

Modulo 6 – Meta Ads per attività e progetti sportivi

- Panoramica delle campagne su Facebook e Instagram
- Utilizzo di Meta Ads per promuovere eventi, open day, iscrizioni, servizi e attività sportive
- Impostazione delle principali configurazioni di base
- Lettura del ruolo delle creatività nel rendimento della campagna

Modulo 7 – Google Ads per la promozione di servizi ed eventi sportivi

- Introduzione alla pubblicità sulla rete di ricerca
- Principi base di intercettazione della domanda attiva
- Costruzione di annunci orientati alla promozione di corsi, attività, iscrizioni ed eventi
- Utilizzo delle campagne search in ottica performance

Modulo 8 – Landing page e coerenza della conversione

- Funzione della pagina di destinazione nelle campagne pubblicitarie
- Coerenza tra annuncio, messaggio e pagina
- Elementi essenziali di una landing page orientata alla conversione
- Errori più comuni che riducono l'efficacia delle campagne

Modulo 9 – Budget, pianificazione e distribuzione dell'investimento

- Principi base di gestione del budget pubblicitario
- Distribuzione delle risorse in base agli obiettivi
- Monitoraggio della spesa e valutazione dell'efficienza
- Scelte operative per campagne sostenibili e proporzionate

Modulo 10 – Lettura dei dati e analisi delle performance

- Analisi delle principali metriche pubblicitarie
- Valutazione di clic, copertura, interazioni, conversioni e costo risultato
- Interpretazione dei dati per comprendere il rendimento delle campagne
- Utilizzo delle informazioni raccolte per correggere o migliorare la strategia

Modulo 11 – Ottimizzazione delle campagne e miglioramento dei risultati

- Interventi operativi su creatività, pubblici, messaggi e impostazioni
- Principi base di test e confronto tra varianti
- Individuazione delle criticità più comuni
- Ottimizzazione progressiva delle campagne in ottica performance

Modulo 12 – Applicazione operativa dell'advertising nel settore sportivo

- Simulazione di una campagna pubblicitaria per una realtà sportiva
- Definizione di obiettivi, pubblico, contenuti e struttura promozionale
- Organizzazione del flusso operativo di gestione campagne
- Impostazione di un approccio adatto a un profilo junior operativo

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