Tematiche formative

Il corso tratterà le nozioni necessarie per garantire la gestione e lo sviluppo dell'associazionismo sportivo sui diversi territori (a titolo esemplificativo: un nuovo modello di società, nuove strategie di comunicazione, marketing e fundraising ecc.).

I temi saranno distribuiti secondo quattro macroaree:

- AREA 1: Managerialità e gestione

  Analizzando le necessità dello sport moderno e dal valore sociale e di benessere che esso riveste, verrà illustrato ai partecipanti un modello di gestione di riferimento da applicare per lo sviluppo e la crescita della società sportiva nel territorio e a livello regionale. Ciò permetterà di tracciare linee guida di crescita, analizzando anche Case Histories, selezionate appositamente, che fungano da ispirazione e/o che siano replicabili sul territorio.

- AREA 2: Comunicazione

  Partendo dalla necessità di individuare nuovi modelli di dialogo con i diversi interlocutori di una società sportiva (enti pubblici, mondo sportivo, aziende, famiglie e tesserati, ...), verranno analizzati gli strumenti per una corretta comunicazione e sul come si promuove il prodotto "Sport" oggi, rendendo la Società sportiva capace di dialogare con successo con pubblici diversi e diventando punto di riferimento del proprio territorio, ponendo l'interlocutore al centro del proprio messaggio.

- AREA 3: Marketing e fundraising

  Fare marketing significa rispondere a dei bisogni. Partendo proprio da questo assunto, si proporrà un nuovo modello di relazione che permetta di comunicare meglio le proprie attività e verranno illustrate le diverse possibilità di intercettare risorse e opportunità per lo sviluppo di proprie progettualità.

- AREA 4: Organizzazione

  Per uno sport maker l'organizzazione di un evento rappresenta l'opportunità di consolidare il proprio ruolo sociale e sportivo sul territorio. Partendo da questi obiettivi, si parlerà di come organizzare un evento sportivo, ma non solo, e gli obiettivi di coinvolgimento che è necessario porsi per una crescita territoriale e per lasciare un'eredità.

Modalità

La prima parte di ogni incontro sarà dedicata a tre relazioni frontali (della durata di 3 ore) mentre la seconda parte a tavoli di lavoro sui vari argomenti trattati con esposizione finale dei risultati di ogni tavolo all'intera platea e relative considerazioni finali.

Suddivisione attività

Attività FGI Nazionale

La FGI Nazionale si occuperà delle seguenti attività:

- pieno coinvolgimento dei Comitati Regionali;
- promozione del progetto formativo attraverso i propri canali informativi;
- trasmissione, ai Comitati Regionali e alle società affiliate del territorio, della lettera di indizione regionale;
- realizzazione attestati di partecipazione ed eventuale cartelle porta documenti.

Attività FGI Regionale

I singoli comitati regionali della FGI si occuperanno delle seguenti attività:

- invio comunicazione e promozione del seminario a tutte le società della Regione e successivo recall per favorire la partecipazione;
- coordinamento della gestione delle iscrizioni;
- individuazione location e relativa gestione logistica;
- approntamento di tutta la strumentazione tecnica necessaria (microfono, impianto audio, computer, impianto video, ...);
- allestimento di eventuali materiali di visibilità FGI;
- allestimento di un piccolo catering per i corsisti (o lasciare pranzo autonomo);
- invio ai corsisti di un link a cui scaricare le presentazioni;
- consegna e raccolta dei questionari di valutazione al termine del convegno;
- consegna degli attestati di partecipazione (realizzati e stampati da Roberto Ghiretti).

Roberto Ghiretti

Si occuperà delle seguenti attività:

- progettazione del modello formativo e direzione scientifica di ciascun seminario;
- predisposizione del programma per ciascun seminario;
- docenza diretta nelle materie di programma;
- predisposizione di un questionario di verifica del seminario che sarà somministrato ai partecipanti;
- gestione dei tavoli di lavoro e sintesi degli stessi;
- relazione finale a FGI e indicazioni emerse dai tavoli;
- analisi di tutti i questionari dei partecipanti e redazione di un modello finale di verifica per ciascun seminario.