



M.IN.A. PER LA SPORT INDUSTRY

PERCORSI DI ALTA FORMAZIONE 2025/26



M.IN.A PER LA SPORT INDUSTRY

PROPOSTA FORMATIVA 2025-26

M.In.A. per la Sport Industry è la divisione dell'Academy nata con una precisa volontà di colmare una mancanza di offerta formativa business oriented per le funzioni manageriali nel settore dello Sport nel Mezzogiorno.

La proposta formativa prevede per l'anno 2025/26 l'attivazione di corsi di alta formazione full time e part time, masterclass e percorsi di orientamento per le scuole.

I corsi si svolgeranno a Napoli con la partecipazione dei principali protagonisti della Sport Industry italiana.



in collaborazione con

SPORT LEADERS .IT **SPORT LEADERS FORUM**

PRIMA
EDIZIONE

MANAGEMENT PER LA SPORT INDUSTRY

CORSO DI ALTA FORMAZIONE / NAPOLI 2025-26

Management per la Sport Industry

è un corso di alta formazione progettato e realizzato da M.In.A. Management Innovation Academy, in programma a Napoli per l'anno accademico 2025/26.

Il Corso si rivolge a neolaureati interessati ad acquisire competenze manageriali utili per una carriera nella governance dello Sport, e a manager già attivi che vogliano approfondire e migliorare le proprie competenze specifiche nel settore.

L'intero percorso è fortemente business oriented e sviluppa temi di grande attualità, intercettando i mutamenti in atto nel mercato con attenzione alle nuove competenze oggi richieste nei vari settori.



**Il corso è a numero chiuso.
E' previsto un colloquio di selezione.**

CORSO DI ALTA FORMAZIONE

OBIETTIVI SPECIFICI

- Trasferire ai partecipanti conoscenze, metodologie e strumenti necessari per la gestione di attività e progetti all'interno di organizzazioni e imprese sportive;
- Sviluppare capacità e comportamenti manageriali per conseguire gli obiettivi di business e crescita personale;
- Saper gestire le risorse finanziarie, strutturali e manageriali necessarie alle attività nell'ambito di organizzazioni sportive.

STRUTTURA DELLA DIDATTICA

Il Corso ha la durata di 9 mesi di cui 5 mesi di formazione e 4 mesi di stage.

Il percorso è articolato in 10 moduli tematici per un totale di 450 ore di lezioni frontali, di cui il 70% in presenza, testimonianze, visite guidate e laboratori.

A tutti i partecipanti sono garantiti 4 mesi di stage nelle strutture e organizzazioni partner dell'Academy.



MANAGEMENT PER LA SPORT INDUSTRY

CORSO DI ALTA FORMAZIONE



I MODULI

- **SEMINARIO INTRODUTTIVO**

Si fa presto a dire Sport Industry, il mercato in continua evoluzione, con un valore di oltre 100 mld di euro è costituito da tanti segmenti contigui ma anche abbastanza autonomi nelle loro dinamiche e con propri protagonisti: dalle società professionistiche ai produttori di abbigliamento ed articoli sportivi; dalle Federazioni alle Leghe sportive; dagli organizzatori di eventi alle agenzie di Sport Marketing; dalle società di sviluppo digitale agli advisor per le Sponsorship. Il seminario approfondisce le dinamiche di mercato dei diversi player con attenzione all'evoluzione delle competenze manageriali e ai nuovi trend del business sportivo.

- **I DIVERSI TIPI DI ORGANIZZAZIONI SPORTIVE & MODELLI di SVILUPPO**

Per gestire un soggetto sportivo non basta limitarsi a rispettarne la mission di produzione di performance, molteplici sono le aree funzionali e le competenze richieste, che variano in base alla tipologia del soggetto. Il modulo esplorerà l'ordinamento e le Istituzioni sportive; sarà fatto un confronto tra tipologie gestionali dei differenti tipi di organizzazioni sportive (società, federazioni, leghe) e affrontato il tema dei nuovi approcci economici per costruire attività sostenibili.

- **I FONDAMENTI DEL DIRITTO SPORTIVO**

Occuparsi degli aspetti manageriali dello Sport business implica anche conoscere i fondamenti del diritto sportivo, un ramo del diritto che si occupa delle norme che regolano l'attività sportiva, sia a livello professionistico che dilettantistico. Il modulo tratterà dei principi generali che governano lo sport fino alle regole relative agli atleti, alle società sportive, alle federazioni sportive e agli organi di giustizia sportiva.



Sono previste diverse sessioni con ospiti manager di Aziende produttrici di Articoli per lo Sport e di Brand Sponsor dei principali Eventi sportivi.

MANAGEMENT PER LA SPORT INDUSTRY

CORSO DI ALTA FORMAZIONE



I MODULI

- **LA GESTIONE DEI CLUB PRO**

E' ormai chiaro che un Club o una Società Professionistica degli sport di squadra non sono più semplici organizzazioni dedite alla realizzazione dei campionati. Dalla direzione alla gestione delle aree Marketing, Commerciale, Comunicazione, Digital, Logistica e Finanza, diverse sono le competenze che devono esser selezionate, formate e fatte crescere insieme a tutta l'organizzazione. I temi del modulo sono: modelli di gestione di un Club Pro in relazione ai differenti livelli di competizione sportiva; gli asset infrastrutturali e immateriali; i diritti di marketing dei un Rights Holder; benchmark con modelli di organizzazione europei; analisi del bilancio di un Club Pro; progettare i diversi livelli di sostenibilità.

- **II MARKETING SPORTIVO**

La maggior parte delle attività manageriali delle Organizzazioni Sportive professionistiche hanno al centro l'area marketing. Tutto si traduce innanzitutto nel costruire una strategia per il proprio Brand, nel coinvolgere su questa tutti gli stakeholders, nel programmare e gestire le diverse iniziative di progetti personalizzati che diano valore a quanti vi investono, in termini di partnership e di passione sportiva. Il modulo si focalizzerà sugli strumenti del marketing applicati alle Organizzazioni Sportive; lo Sviluppo di Nuovi Modelli Strategici di Marketing per Club e Istituzioni Sportive; le Principali tipologie di Attività di Marketing relative alle diverse Organizzazioni Sportive Pro; l'attività di Branding; l'evoluzione delle nuovi fonti di revenue, per Club, Eventi ed Istituzioni sportive.

- **I NUOVI MODELLI DI COMUNICAZIONE DI UN'ORGANIZZAZIONE SPORTIVA PRO**

La Società sportiva è sempre più un brand, i suoi dirigenti e i suoi atleti sono i suoi ambasciatori e portatori di messaggi. Come costruire per l'organizzazione sportiva una strategia di comunicazione completa, come utilizzare i vari canali social, come gestirne la piattaforma digital, sono tutte attività che devono essere gestite e sviluppate dai ormai responsabili della comunicazione. Il modulo tratterà della gestione dell'Area Comunicazione, Media e Ufficio Stampa dei Players presenti tra le Organizzazioni sportive; delle nuove logiche della Strategia di Comunicazione per le Società e gli Eventi Sportivi; l'evoluzione degli Uffici Stampa e del loro rapporto con i Media; l'Organizzazione di Eventi e Conferenze Stampa; la Comunicazione nella Crisi: gestire situazioni delicate nel settore sportivo



I MODULI

- **L'EVOLUZIONE DEI MEDIA E MODELLI DI BUSINESS TRA DIRITTI E MERCATO**

Negli ultimi anni lo scenario competitivo del mercato dei diritti media ha avuto molti cambiamenti, passando da modelli di business chiari a scenari che evolvono in diverse direzioni: Pay, Free, Streaming, Multicanale etc, talvolta anche in contrapposizione tra loro. Il futuro è sicuramente stimolante, con spazi di creatività nel cercare nuove soluzioni redditizie. Il modulo verte sulla normativa sul diritto di visione e trasmissione dei vari tipi di Eventi Sportivi; sul Mercato dei Media e dei diversi Business Model di Editori e Broadcaster; sull'evoluzione delle proposte commerciali della Pay Tv con esempi dall'estero; sull'analisi dei Costi di Produzione in Streaming.

- **MODELLI D'INNOVAZIONE con le PIATTAFORME DIGITALI**

La gestione di tutti i contenuti media, il rapporto con gli Stakeholder, la personalizzazione del contatto con la Fan Base, sono attività che oggi devono essere gestite in modo strategico ed organizzato. Il modulo affronterà questi temi con un'attenzione verso lo sviluppo e la gestione della digital transformation, lo sviluppo tecnologico applicato al marketing come alle performance degli atleti, il Marketing Digitale e le Piattaforme Social; La Gestione delle varie Piattaforme Digital e delle nuove soluzioni d'Innovazione; le opportunità legate all'Intelligenza Artificiale.

- **ANALISI dei BIG DATA e delle ATTIVITA' di ENGAGEMENT**

Il modulo si concentrerà sui Big Data Analytics, l'analisi e la gestione dei dati per il marketing e per l'Engagement; il ruolo dei Dati nel marketing Sportivo; la raccolta Dati per l'Analisi SEO, Predittiva e per le Operazioni Custom-Oriented; l'utilizzo delle App Digitali; l'evoluzione delle tecniche di Analisi pre e Misurazione post della Sponsorship; l'analisi delle metriche di performance.



- **LE VARIE FONTI DI RICAVO**

Sono lontani i tempi in cui nello Sport l'unica fonte di ricavo era dovuta all'incasso della biglietteria; oggi l'individuazione e il consolidamento delle numerose possibilità di revenue, è diventata una delle principali sfide del Management dello Sport Business. Il modulo tratterà temi quali: ricavi da Match Day, Gestione e sviluppo Sponsorship e Partnership, Merchandising, Ticketing, Licensing, Membership. E ancora: identificazione e gestione dei vari Strumenti di Attivazione; soluzioni tecniche per definire diversi Modelli di Sponsorship e Partnership; valutazione dell'Impatto Economico delle Sponsorship a vantaggio dei partner. Ampio spazio sarà riservato allo sviluppo commerciale: dalla realizzazione di Proposte commerciali per Club, Eventi ed Agenzie, alla Creazione di modelli di progettazione per Format Commerciali; dalle Analisi degli Indicatori marketing del Club da valorizzare alle condizioni di partnership delle Agenzie di Consulenza alle Aree Marketing e Commerciale.

- **I GRANDI EVENTI, VALUTAZIONE D'IMPATTO E IL TURISMO SPORTIVO**

Il modulo affronta il tema dell'Organizzazione di un Grande Evento Sportivo, organizzazione complessa che implica un impegno di spesa sempre più crescente, ma con ricadute assai rilevanti in termini di beneficio economico diretto ed indiretto. Dalla progettazione di un evento alla sua organizzazione, gestione e rendicontazione. Tutti gli aspetti saranno trattati al grande tema dell'attrazione delle Località ospitanti e in generale dell'evoluzione del Turismo Sportivo.

- **LE FABBRICHE DELLO SPETTACOLO SPORTIVO**

Il modulo verterà sui grandi e piccoli contenitori delle performance sportive: Stadi, Arene, Centri Sportivi, che hanno visto una forte evoluzione negli ultimi anni, dall'essere dei semplici impianti destinati ad ospitare gare a luoghi moderni pensati per accogliere diversi tipi di Eventi, non solo dello Sport, ma anche di tutte le possibili formule d'intrattenimento, artistico, culturale e aziendale. Tra i temi principali: l'evoluzione della funzione dei nuovi impianti sportivi; il piano Finanziario per Nuovi Investimenti, la Gestione e l'Organizzazione delle Venue; la crescita del Mercato dell'Entertainment; i Modelli di Business dei Centri Sportivi; le diverse tipologie di Fonti di Ricavo e livelli di Sostenibilità.



MANAGEMENT PER LA SPORT INDUSTRY

CORSO DI ALTA FORMAZIONE

I MODULI

- **LA RETE DEI FORNITORI**

Il modulo affronta il tema della gestione della rete dei fornitori, strategico nell'evoluzione delle attuali organizzazioni sportive. La complessità delle necessità e l'articolazione dei vari tipi di attrezzature, strumentazioni e applicazioni digitali, per le aree marketing come per quelle sportive, sono tali da risultare centrali nel management sportivo e richiedere competenze specifiche. Dall'Analisi dei Fabbisogni di fornitura alla Gestione del Rapporto con i Produttori delle Attrezzature Tecnico-Sportive e delle Piattaforme Digitali e Tecnologiche, fino alla conoscenza dei loro Business Model.

- **Progettazione e management dello SPORT SOCIALE**

Il modulo esplora lo Sport come fenomeno sociale complesso che si interseca in diversi ambiti: culturale, politico, giuridico, economico. Saranno trattati diversi aspetti, dall'analisi del rapporto con il terzo settore alle fonti di finanziamento, dall'innovazione digitale al tema dell'inclusione, della salute e dell'ambiente.

- **CREAZIONE di NUOVA IMPRESA nello SPORT**

Sono tante oggi le opportunità di fare nuova impresa nell'ambito sport business: dall'avvio di nuove attività nelle agenzie di Sport marketing all'organizzazione di Eventi Sportivi; dalle Start Up Tech alle Agenzie Digitali; dall'apertura di Scuole per l'addestramento dei Giovani all'apertura di punti vendita specializzati; dallo sviluppo delle App per la gestione del rapporto con la Fan Base alle Piattaforme Digitali di Gestione Dati; dalla Gestione delle Arene per eventi tutto l'anno alla Gestione delle Palestre/Centri Sportivi per i praticanti lo sport. Il modulo accompagnerà i vari temi: dall'analisi di mercato dei vari settori della Sport Industry ai modelli di sviluppo di una Start Up, il Business Plan del Fundraising, la Comunicazione Strategica per gli investitori, con case study e attività di project work.



MANAGEMENT PER LA SPORT INDUSTRY

CORSO DI ALTA FORMAZIONE



COMITATO SCIENTIFICO E FACULTY

Il programma e i contenuti del master sono validati e certificati da un Comitato scientifico i cui membri provengono da aziende e enti istituzionali di rilievo nazionale e internazionale.

La Faculty può contare su professionisti di primo piano nello scenario dell'alta formazione manageriale e nel top management sportivo in Italia.

Tra i docenti della prima edizione del corso:

Francesco IZZO, Professore di economia e gestione delle imprese, Università di Napoli Federico II; Fabio SANTORO, dg Lega Pro; Attilio MATARAZZO, Executive Manager calcio; Massimo CORTINOVIS, Head Digital LBA; Federico SMANIO, ad WyLab; Tommaso MATTEI, advisor Big Data FiFA; Nicola TOLOMEI, ad Agenzia Sport Ideas; Edoardo ALZETTA, Chief Officer Havas Play; Michela PELLEGRINI, Media Relation, Federpugilato; Alessandro PEDICONI, Media Relation; Cristina CENNAMO, giornalista; Fabrizio VETTOSI, Analista Finanziario; Daniele PITTERI, Pres. Mecenate 90; Camillo FRANCHI, ad We Are Run Rome; Mario DEL VERME, Coordinatore internazionale Sport di Scholas Occurrentes; Vittorio ANGELACCIO, dir. Marketing e Comm Siena Volley; Enzo MORELLI, Legal Advisor Media Rights.



inizio marzo 2026



La quota di partecipazione è di euro 6.000 comprensiva di:
materiale didattico,
outdoor experience
partecipazione ad eventi di networking.

Possibilità di rateizzo in 3 tranches. Sconto del 5% per pagamento in un'unica rata.

Sono a disposizione borse di studio a copertura parziale della quota di iscrizione

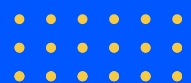




ASSOCIAZIONE MANAGEMENT INNOVATION ACADEMY



V. PESSINA, 90 | 80135 NAPOLI



minacademy.org



formazione@minacademy.org