

Seminario

Sport Analytics

➤ Obiettivi del Corso

Gli obiettivi formativi consistono nell'approfondimento delle logiche e delle tecniche statistiche necessarie per l'analisi:

- delle grandezze economiche e sociali relative al mondo dello sport.

In questo modo si intende dare evidenza del legame esistente tra l'evoluzione della performance sportiva con la crescente dimensione economica del mondo dello sport.

➤ Struttura del Corso

Il corso prevede lezioni frontali. Potrebbe essere previsto l'ausilio di personal computer.

1^ giornata: organizzazione, gestione e revenues nelle squadre di basket (ospite Torino Basket Reale Mutua);

2^ giornata: le operazioni di equity offering - il caso Stevenage Football Club (ospite Tifosy);

3^ giornata: il branding attraverso l'analisi dei social network (ospite IQUII Sport);

4^ giornata: ricadute economiche del Gran Premio di Monaco (contributo IMSEE);

5^ giornata: soluzioni tecnologiche per il trading sportivo (ospite Mercurius);

6^ giornata: presentazione dei lavori di gruppo in aula.

L'ordine delle lezioni potrebbe subire variazioni.

➤ Sedi

Dipartimento di Management – Corso Unione Sovietica 218 bis 10134 TORINO

➤ Destinatari

Studenti iscritti ai corsi di Laurea Magistrale.



➤ **Docenti**

Prof. Giovanni Ossola

Dott. Luca Malfatti

Dott. Gianluca Rosso

➤ **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Creazione di un report di analisi da presentare nell'ultima giornata di corso. Il lavoro deve essere preferibilmente eseguito in gruppo. I gruppi saranno definiti nel corso delle giornate di aula.

➤ **Costi**

Il Corso potrà essere inserito nei crediti previsti nel proprio Corso di Laurea quindi non comporterà costi aggiuntivi

Bibliografia di Riferimento

Slides utilizzate nel corso