

Innovazione & trasformazione digitale nel management sportivo

4° modulo:

NUOVI MEDIA: STRUMENTI, ATTORI E TECNOLOGIE

23 - 24 aprile 2021

Modalità online - Piattaforma Microsoft Teams Edu

23 aprile

15.00 - 17.00

New media and technologies in Sports and FINA events

Ignasi Vendrell

17.00 - 19.00

Tecnologie applicate alla comunicazione sportiva

Jordan Rose

24 aprile

09.30 - 11.30

Innovation Tools per la trasformazione digitale dell'industria sportiva

Piergiorgio Grossi

11.30 - 13.30

Brand Identity: nuovi ruoli digitali, efficacia e adattabilità nel contesto della comunicazione nel terzo millennio

Agostino Piacquadio

Relatori

Ignasi Vendrell	<i>Sport Event Manager & Sport Data at FINA</i>
Jordan Rose	<i>Strategy & Innovation Team at MLSE (Maple Leaf Sports & Entertainment)</i>
Piergiorgio Grossi	<i>Former Chief Innovation Officer at Ferrari & Ducati</i>
Agostino Piacquadio	<i>Marketing Specialist at Unilever</i>

Temi affrontati

<p>I nuovi media e le nuove tecnologie del mondo sportivo</p>	<p>I processi creativi, l'utilizzo delle tecnologie, la conoscenza delle opportunità che il mondo online oggi ci offre sono elementi essenziali per le imprese per poter comunicare con i consumatori. È in questo quadro che si installa il mondo dei cosiddetti New Media o media digitali, i mezzi di comunicazione legati alle tecnologie digitali e alla rete Internet. Comprendere il mercato dei nuovi media è fondamentale per definire il nuovo modo di fare marketing e comunicazione delle imprese.</p>
<p>Tecnologie applicate alla comunicazione sportiva</p>	<p>Sport e tecnologia, in tal senso, seguono percorsi evolutivi che si sovrappongono così spesso che ormai coincidono, soprattutto quando si parla di tecnologia dei media. L'evoluzione e la forza dell'Internet 4.0 ha dato il via a una serie di stravolgimenti nelle vite di tutti noi che anche lo sport ha immagazzinato. Il convergere di tecnologia, sport e media, però, non è solo interessante dal punto di vista 'tecnico', ma rappresenta una nuova costellazione nel firmamento dell'intrattenimento, all'interno del quale si generano nuove esperienze.</p>
<p>Innovation Tools per la trasformazione digitale dell'industria sportiva</p>	<p>La trasformazione digitale dello sport abbraccia tutti i settori. Dalla performance sportiva, al ticketing fino alle sempre più centrali relazioni con il fan. Così come l'esperienza del fan diventa sempre più coinvolgente grazie ai nuovi strumenti disponibili, anche il modo di fare sport cambia per atleti e allenatori.</p> <p>Quali sono gli strumenti di cui si serve il mondo sportivo per effettuare questa rivoluzione? L'introduzione del wifi negli impianti, la realtà virtuale e aumentata sono solo alcuni degli esempi più noti.</p>
<p>Brand Identity: nuovi ruoli digitali, efficacia e adattabilità nel contesto della comunicazione nel terzo millennio</p>	<p>La brand identity è l'insieme delle caratteristiche fisiche e psicologiche che concorrono a creare l'immagine di come la marca viene conosciuta e riconosciuta dalle persone.</p> <p>Nel processo di creazione della brand identity si parte considerando tutte le informazioni emerse dall'analisi di brand strategy. Come la digitalizzazione interviene in questo contesto e cosa implica nella definizione della brand identity?</p>