PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE SPORTIVE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

15

OBIETTIVI

/**/

Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Sportive è progettato per fornire una comprensione approfondita del settore sportivo da una prospettiva manageriale e commerciale. Il settore sportivo è, oggi, al centro di profondi cambiamenti connessi al ruolo sociale ed economico che assume ed all’interno del quale risulta sempre più pressante la necessità di risorse umane con skills e competenze adeguate alla natura eco-sistemica di tale settore.

A questo scopo il corso affronterà tematiche inerenti all’analisi del mercato sportivo globale, incluse le dinamiche di mercato e le tendenze economiche, la pianificazione, organizzazione e gestione di eventi sportivi; la gestione operativa di impianti e infrastrutture sportive, le strategie di marketing specifiche per il settore sportivo, la gestione del brand sportivo e le sponsorizzazioni. Approfondirà l’ambito finanziario e la gestione delle risorse umane in contesti sportivi.

Pertanto, l’obiettivo formativo del corso è quello di fornire allo studente competenze specifiche per operare efficacemente nel settore sportivo, permettendo loro di comprendere e navigare le complessità del mercato sportivo, applicare principi di marketing e gestione strategica adattati al contesto sportivo, sviluppare abilità nella pianificazione e gestione di eventi e infrastrutture sportive, analizzare e gestire le questioni finanziarie specifiche delle organizzazioni sportive. Lo studente sarà in grado di analizzare, selezionare e valutare i quadri concettuali appropriati per dirigere organizzazioni sportive, sia a livello professionistico che amatoriale, coordinare e gestire eventi sportivi di varie dimensioni, dalla pianificazione alla realizzazione, sviluppare campagne di marketing e gestire relazioni con sponsor e partner commerciali, occuparsi della gestione finanziaria e del budgeting per club, federazioni o eventi sportivi, fornire consulenze specializzate a entità sportive su strategie di miglioramento e sviluppo.

Il corso di Economia e Gestione delle Imprese Sportive offre una formazione critica e specifica per il settore, preparando gli studenti a diventare leader capaci di affrontare e risolvere le sfide uniche del mondo sportivo.

@font-face {font-family:"Cambria Math"; panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:roman; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}@font-face {font-family:"Trebuchet MS"; panose-1:2 11 6 3 2 2 2 2 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:647 0 0 0 159 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; margin:0cm; mso-pagination:none; text-autospace:none; font-size:11.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS";

mso-fareast-language:EN-US;}.MsoChpDefault {mso-style-type:export-only; mso-default-props:yes; font-size:11.0pt; mso-ansi-font-size:11.0pt; mso-bidi-font-size:11.0pt; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:Calibri; mso-fareast-theme-font:minor-latin; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi; mso-font-kerning:0pt; mso-ligatures:none; mso-ansi-language:EN-US; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoPapDefault {mso-style-type:export-only; mso-pagination:none; text-autospace:none;}div.WordSection1 {page:WordSection1;}

RISORSE

/**/

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell’erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

- Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi

esemplificativi.

- Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le

informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.

Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla.

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un’ora dedicata a una o più tra le seguenti tipologie di attività:

- Redazione di un elaborato

- Partecipazione a una web conference

- Partecipazione al forum tematico

- Lettura area FAQ

- Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Per gli aggiornamenti, la calendarizzazione delle attività e le modalità di partecipazione si rimanda alla piattaforma didattica dell’insegnamento.

Pur precisando che, ai fini della preparazione dei candidati e della valutazione sommativa in sede d'esame, sarà sufficiente il materiale didattico fornito dal docente (dispense del corso, mediamente di 10 pagine per ogni lezione), per ulteriori approfondimenti rispetto ai temi trattati durante il corso, si consiglia di consultare, per ciascun modulo, i seguenti manuali di approfondimento volontario:

Cherubini, S. (2015). Marketing e management dello sport. Analisi, strategie, azioni: Analisi, strategie, azioni (Vol. 844). FrancoAngeli.

@font-face {font-family:"Cambria Math"; panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:roman; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}@font-face {font-family:"Trebuchet MS"; panose-1:2 11 6 3 2 2 2 2 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:647 0 0 0 159 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; margin:0cm; mso-pagination:none; text-autospace:none; font-size:11.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoChpDefault {mso-style-type:export-only; mso-default-props:yes; font-size:11.0pt; mso-ansi-font-size:11.0pt; mso-bidi-font-size:11.0pt; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:Calibri; mso-fareast-theme-font:minor-latin; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi; mso-font-kerning:0pt; mso-ligatures:none; mso-ansi-language:EN-US; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoPapDefault {mso-style-type:export-only; mso-pagination:none; text-autospace:none;}div.WordSection1 {page:WordSection1;}

@font-face {font-family:"Cambria Math"; panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:roman; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}@font-face {font-family:"Trebuchet MS"; panose-1:2 11 6 3 2 2 2 2 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:647 0 0 0 159 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; margin:0cm; mso-pagination:none; text-autospace:none; font-size:11.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-language:EN-US;}p.MsoBodyText, li.MsoBodyText, div.MsoBodyText {mso-style-priority:1; mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-link:"Corpo testo Carattere"; margin:0cm; mso-pagination:none; text-autospace:none; font-size:9.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-language:EN-US;}span.CorpotestoCarattere {mso-style-name:"Corpo testo Carattere"; mso-style-priority:1; mso-style-unhide:no; mso-style-locked:yes; mso-style-link:"Corpo testo"; mso-ansi-font-size:9.0pt; mso-bidi-font-size:9.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-ascii-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-hansi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-ansi-language:IT;}.MsoChpDefault {mso-style-type:export-only; mso-default-props:yes; font-size:11.0pt; mso-ansi-font-size:11.0pt; mso-bidi-font-size:11.0pt; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:Calibri; mso-fareast-theme-font:minor-latin; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi; mso-font-kerning:0pt; mso-ligatures:none; mso-ansi-language:EN-US; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoPapDefault {mso-style-type:export-only; mso-pagination:none; text-autospace:none;}div.WordSection1 {page:WordSection1;}

@font-face {font-family:"Cambria Math"; panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:roman; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}@font-face {font-family:"Trebuchet MS"; panose-1:2 11 6 3 2 2 2 2 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:647 0 0 0 159 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; margin:0cm; mso-pagination:none; text-autospace:none; font-size:11.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-language:EN-US;}p.MsoBodyText, li.MsoBodyText, div.MsoBodyText {mso-style-priority:1; mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-link:"Corpo testo Carattere"; margin:0cm; mso-pagination:none; text-

autospace:none; font-size:9.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-language:EN-US;}span.CorpotestoCarattere {mso-style-name:"Corpo testo Carattere"; mso-style-priority:1; mso-style-unhide:no; mso-style-locked:yes; mso-style-link:"Corpo testo"; mso-ansi-font-size:9.0pt; mso-bidi-font-size:9.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-ascii-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-hansi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-ansi-language:IT;}.MsoChpDefault {mso-style-type:export-only; mso-default-props:yes; font-size:11.0pt; mso-ansi-font-size:11.0pt; mso-bidi-font-size:11.0pt; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:Calibri; mso-fareast-theme-font:minor-latin; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi; mso-font-kerning:0pt; mso-ligatures:none; mso-ansi-language:EN-US; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoPapDefault {mso-style-type:export-only; mso-pagination:none; text-autospace:none;}div.WordSection1 {page:WordSection1;}

VERIFICA

L’esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L’esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L’esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l’elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l’autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e le capacità di apprendimento saranno valutate ance attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Nella sezione “Informazioni Appelli”, contenuta nella home del corso, per ogni anno accademico, sono fornite le date d’esame, sia con riferimento agli appelli orali che a quelli in forma scritta. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Napoli.

Le attività sincrone di ricevimento settimanale degli studenti e le attività di didattica interattiva nella forma di e-tivity sono periodicamente calendarizzate dal docente e comunicate in piattaforma.

DESCRIZIONE

Il corso fornisce una formazione critica e specifica per il settore, preparando gli studenti a diventare leader capaci di affrontare e risolvere le sfide uniche del mondo sportivo. In termini di:

Conoscenza e capacità di comprensione

Completato il corso, gli/le studenti/esse avranno acquisito conoscenze teoriche e pratiche tali da permettergli di comprendere le principali dinamiche che caratterizzano l’eco-sistema nel quale si forma e si evolve il mercato dello sport. Nello specifico gli/le studenti/esse acquisirà conoscenza e capacità di comprensione della complessità del

mercato sportivo, dei principi di marketing e gestione strategica adattati al contesto sportivo, delle tecniche di pianificazione e gestione di eventi e infrastrutture sportive, delle metodologie di analisi e gestione finanziaria ed economica delle organizzazioni sportive.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo/la studente/essa acquisirà conoscenze applicative volte alla realizzazione di un’analisi di mercato, formulazione di decisioni, implementazione di politiche di marketing nel contesto sportivo. In particolare, alla fine del corso, sarà in grado di predisporre un processo di creazione e gestione di una realtà imprenditoriale in ambito sportivo.

Autonomia di giudizio

Il corso introduce gli/le studenti/esse ad una prospettiva critica delle problematiche connesse alla complessità e multidimensionalità dello sport come ambito economico e degli effetti sulla competitività delle imprese. Saranno in grado di acquisire informazioni applicando i modelli di analisi di mercato, di rielaborare dati ed informazioni per definire delle strategie e formulare giudizi riguardanti il comportamento competitivo delle imprese sportive.

Abilità comunicative

Al termine del corso, gli/le studenti/esse saranno in grado di elaborare e comunicare informazioni, dati, modelli e piani strategici all’interno dei differenti contesti che coinvolgono l’ambito sportivo- Gestione di Club e Federazioni Sportive, Organizzazione di Eventi Sportivi, Marketing e Sponsorizzazioni Sportive, Consulenza in ambito di pianificazione economica e finanziaria-.

Capacità di apprendimento

Durante il corso, gli/le studenti/esse svilupperanno competenze di apprendimento fondamentali per affrontare le sfide del contesto evolutivo del mondo dello sport in modo efficace poiché avranno appreso concetti teorici, analizzato casi pratici e studiato modelli decisionali fondamentali per attivare un approccio critico e di problem solving alle decisioni gestionali.

Il programma didattico è articolato in 90 lezioni suddivise in nei seguenti 9 moduli.

MODULO 1 Il sistema sport (6 Videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

1 L’evoluzione dello sport dall’antichità all’epoca moderna

2 La dimensione economica dello sport

3 Il contesto normativo dello sport

4 L’organizzazione dello sport

5 Il mercato dello sport: la domanda di sport

6 Il mercato dello sport: l'offerta di sport

MODULO 2 L’impresa sistemico - vitale (6 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

7 L'impresa come sistema economico- sociale

8 Le relazioni impresa - ambiente

9 L'impresa estesa nell'economia digitale

10 Assetto proprietario e governo dell'impresa

11 Le dinamiche relazionali: la teoria degli stakeholder

12 Il processo di direzione aziendale

MODULO 3 Le azioni operanti nel mondo dello sport e le peculiarità gestionali (11 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

13 Gli stakeholders delle aziende sportive

14 Tassonomia delle aziende operanti nel settore sportivo

15 Le società sportive professionistiche e dilettantistiche

16 Aspetti organizzativi delle aziende sportive

17 La funzione organizzazione: Human Resource Strategy

18 Fonti di finanziamento per le imprese sportive

19 Gestione finanziaria e budgeting

20 Raccolta fondi e strategie di finanziamento alternativo

21 Principali modelli di business nel settore sportivo

22 Business Plan e Break Even Point

23 Analisi del comportamento dei consumatori nel settore sportivo.

MODULO 4 La Gestione Strategica (6 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

24 I differenti approcci alla gestione strategica

25 La pianificazione strategica

26 L’orientamento strategico di fondo

27 La teoria del vantaggio competitivo

28 Le 5 forze del Porter

29 La catena del valore

30 Catena del Valore e Modello delle 5 Forze del Porter nel settore sportivo. Il caso Nike

MODULO 5 Marketing Sportivo (20 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait (31-42) – Prof. Federica Cavallo (43-50)

31 Introduzione alla funzione di marketing tradizionale e sportivo

32 Analisi della domanda e segmentazione: parametri e selezione del mercato sportivo

33 Le strategie di posizionamento nel mercato sportivo

34 Il ciclo di vita e le politiche di prodotto in ambito sportivo

35 I metodi di determinazione e le politiche di prezzo

36 la politica di distribuzione nello sport

37 Le Relazioni Con Il Cliente: Il Customer Relationship Management Nello Sport

38 Il Marketing Mix: La Politica Di Comunicazione Nello Sport

39 Il Piano Di Marketing Strategico nelle Imprese Sportive

40 La Politica della Marca nello Sport

41 La Gestione dei canali di marketing e digital marketing nel settore sport

42 La Gestione dei Servizi nello Sport

43 Il sistema informativo di marketing

44 L’analisi dell'ambiente di marketing sportivo

45 Innovazione e creazione di valore nel mercato sportivo

46 Il controllo di Marketing nello sport e Risk Management

47 Green Goal: sport, eventi sostenibili e coinvolgimento dei fan

48 E-sports: fusione tra tecnologia, sport e cultura. Aspetti economici, sociali e gestionali.

49 L' event management nello sport

50 Il co-marketing nello sport

MODULO 6 Digital Marketing Sportivo (18 videolezioni) Prof.ssa Federica Cavallo

51 Digital [R]Evolution

52 L’evoluzione del marketing

53 L’evoluzione del consumatore

54 La comunicazione di impresa

55 Comunicazione, Web site e social media

56 Nuovo Marketing: nuovi strumenti per l'impresa

57 Macro, Micro Ambiente e Tipologie del Digital Marketing

58 Digital Marketing Value e Digital Marketing Mix

59 Digital Marketing Objectives e Analytics

60 Data Economy

61 Il data marketing per [ri]definire le strategie aziendali

62 Case Study “Adidas””

63 Il progetto di digital marketing

64 Il brief per il digital marketing

65 La definizione di una strategia di digital marketing

66 Content Strategy: Juventus Case study

67 Channel Strategy

68 Digital Media Planning

MODULO 7 Brand Management Nello Sport (6 videolezioni) Prof.ssa Monica Fait

69 Il processo di brand building

70 L’importanza dell’identità del brand nello sport

71 Da club a brand

72 Quando il brand da valore al tifoso: case studies

73 il Co-branding nel settore sportivo: case studies

74 Heritage sport branding

MODULO 8 Corporate Social Responsability e Sport (10 videolezioni) Prof.ssa Raffaella Montera

75 Imprenditorialità e responsabilità sociale d’impresa nello sport

76 Il sessismo negli sport professionistici: come le donne manager sperimentano e sopravvivono alla cultura organizzativa sportiva

77 Donne e sviluppo della leadership nelle organizzazioni sportive australiane

78 La leadership nella governance delle imprese sportive no profit

79 La co-creazione di valore nell’ecosistema dello sport

80 Rivisitare l’identità organizzativa e la responsabilità sociale nei club professionistici: il caso del Bayern Monaco e la sponsorizzazione del Qatar

81 Apprendimento organizzativo per la responsabilità sociale delle imprese nelle organizzazioni sportive

82 Differenze delle attitudini verso l’ambiente tra fans del calcio e del football americano

83 La sport ecology: una sotto disciplina emergente nel management sportivo

84 Il design thinking nello sport: il caso di un’organizzazione sportiva australiana

MODULO 9 Sport e Innovazione Tecnologica (6 videolezioni) Prof.ssa Federica Cavallo

85 L’Innovazione: impatto sulla società, approccio strategico e creatività

86 Le tipologie di innovazione e il design dominante

87 Trend tecnologici e nuove sfide nel settore dello sport

88 Le tecnologie per le human performance

89 Sport Technology e la Digital Arena

90 Intelligenza Artificiale e sport: quali vantaggi dalla sua applicazione?

@font-face {font-family:"Cambria Math"; panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:roman; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}@font-face {font-family:Calibri; panose-1:2 15 5 2 2 2 4 3 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-469750017 -1040178053 9 0 511 0;}@font-face {font-family:"Trebuchet MS"; panose-1:2 11 6 3 2 2 2 2 2 4; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:1671 0 0 0 159 0;}@font-face {font-family:"Segoe UI Symbol"; panose-1:2 11 5 2 4 2 4 2 2 3; mso-font-charset:0; mso-generic-font-family:swiss; mso-font-pitch:variable; mso-font-signature:-2147483165 302055407 262144 0 1 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-unhide:no; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; margin:0cm; mso-pagination:none; text-autospace:none; font-size:11.0pt; font-family:"Trebuchet MS",sans-serif; mso-fareast-font-family:"Trebuchet MS"; mso-bidi-font-family:"Trebuchet MS"; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoChpDefault {mso-style-type:export-only; mso-default-props:yes; font-size:11.0pt; mso-ansi-font-size:11.0pt; mso-bidi-font-size:11.0pt; font-family:"Calibri",sans-serif; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:Calibri; mso-fareast-theme-font:minor-latin; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi; mso-font-kerning:0pt; mso-ligatures:none; mso-ansi-language:EN-US; mso-fareast-language:EN-US;}.MsoPapDefault {mso-style-type:export-only; mso-pagination:none; text-autospace:none;}div.WordSection1 {page:WordSection1;}

Agli studenti è richiesto di visionare obbligatoriamente almeno l'80% delle videolezioni del corso per essere idonei a sostenere l’esame.