



**Piano formativo del Master di I livello  
in Comunicazione e Management degli eventi sportivi (CMES)  
a.a. 2018-2019**

**Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (proponente)**  
**Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione**  
**Dipartimento di Management, Facoltà di Economia**

<b>Direttore del Master:</b>	<p><b>Barbara Mazza</b></p> <p>Presidente del corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa e professore associato presso il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale della Sapienza, Università di Roma, dove insegna Comunicazione per il Management di impresa e Gestione e comunicazione degli eventi. Dal 1997 è responsabile scientifico di Unimonitor.com. Osservatorio su formazione e lavoro nel campo della comunicazione e dal 2004 responsabile scientifico di Scienze.com, Osservatorio della Conferenza nazionale dei Dipartimenti e dei corsi di laurea in Scienze della Comunicazione. È coordinatore locale di diversi progetti di ricerca a livello nazionale e internazionale. I suoi principali ambiti di ricerca riguardano la comunicazione d'impresa, la comunicazione nel mondo sportivo, la comunicazione universitaria.</p> <p>Tre le sue pubblicazioni più recenti in materia sportiva si segnalano: <i>Fair Game. Stili e linguaggi della comunicazione sportiva</i> (ed.), Lulu Press, 2018; <i>Calcio e tv: apoteosi del binomio comunicazione e sport</i> in Ruggiero C. &amp; Russo P., <i>Il calcio in tv. Storia, formati, ibridazioni</i>, Fausto Lupetti Editore, 2017, <i>The employees as corporate spokesperson in web2.0: approaches and strategies of social media policy</i>, in De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor. Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación (XESCOM, Quito - 2016), <i>Estrategias de Gestión Humana 2.0: desde el employer branding a su reclutamiento y la retención</i> in Revista Latina de Comunicación Social, (Edited by La Laguna, Tenerife n.1, January 2015), <i>El uso de vídeos compartidos en la construcción de la reputación corporative</i> in in Tunez Lopez M., Altamarino Benitez V.(coord.) "Comunicar desde las organizaciones. Tendencias, estrategias y casos (Cuaderno Atesanos de Comunicación (n. 96, La Laguna, Tenerife, 2015, 15-40), <i>Il progetto comunicazione alla sfida del mercato. Itinerari e prospettive dei laureati nel sud Europa</i> (a cura di, con Mario Morcellini, Franca Faccioli,</p>
------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>FrancoAngeli, Milano, 20014, <i>Communication: an evergreen to be renewed. Scienze.com reasearch Report 2012</i> (a cura di, Lulu Press Raleigh 2013), <i>Ballo senza sballo. Quando lo sport aiuta a crescere</i> (Edizioni Nuova Cultura, 2012), <i>Giochi di retroscena. La comunicazione nel management di un'impresa sportiva</i> (Franco Angeli, 2007). Ha curato con Nico Bortoletto, nel 2008, <i>Sport al grandangolo. L'evento tra metafora e pragmatismo</i>, edito da Rubbettino e nel 2006, un volume per il Piccolo Libro dal titolo <i>Tempi e spazi dello sport. Italia e Inghilterra: modelli a confronto</i>.</p>
<b>Consiglio Didattico Scientifico</b>	<p><b>- Prof. Fabrizio D'Ascenzo</b> È Preside della Facoltà di Economia e Professore Ordinario. Dirige il Centro di Ricerca e Servizi della Sapienza "ImpreSapiens" ed è Direttore del Master di I livello della Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione e della Facoltà di Economia dell'Università "La Sapienza" in Europrogettazione e professioni europee. È presidente del Consiglio di Corso di Laurea magistrale in Economics and communication for management and innovation della Facoltà di Economia dell'Università di Roma "La Sapienza" dal 2017. È stato presidente del Consiglio di Corso di Laurea magistrale in Tecnologie e Gestione dell'Innovazione della Facoltà di Economia dell'Università di Roma "La Sapienza" dal 2008 al 2017; direttore responsabile del progetto Campus Mentis svolto dalla Sapienza su incarico del Dipartimento della Gioventù della Presidenza del Consiglio dei Ministri; responsabile della convenzione tra il Dipartimento di Management e la School of Information della University of California - Berkeley; responsabile della convenzione tra la Sapienza e l'Università MGIMO di Mosca; responsabile per la Sapienza del corso di laurea magistrale (Master) "Economy of Enterprises and International Integration" (EE2i) organizzato in Russia con la St. Petersburg State University of Economics and Finance (FINEC). Le aree di ricerca prevalenti riguardano: lo sfruttamento dell'innovazione tecnologica, l'applicazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione a contesti aziendali, l'applicazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione alla pubblica amministrazione e la valutazione delle tecnologie. Tra le sue pubblicazioni più recenti si segnala: Bellini Francesco, D'Ascenzo Fabrizio, Ghi Alessandra, Spagnoli Francesca, Traversi Valeria (2013). <i>The Impact of eInvoicing on Businesses Eco-Systems: Evidences from</i></p>

Italian Supply Chains and Suggestions for a Research Agenda. In: Daniela Mancini et al (Eds.). Accounting Information Systems for Decision Making. Springer-Verlag GmbH, 325- 336, 3, 129; V. Traversi, F D'Ascenzo, R. Ruggieri (2014) L'ICT e la Customer Satisfaction: fattori strategici nelle pubbliche amministrazioni. Innovazione, Sostenibilità e Tutela dei Consumatori: L'Evoluzione delle Scienze Merceologiche per la Creazione di Valore e Competitività Università Pisa - Dipartimento Economia e Management 694 705 13-15 Febbraio 2014, Pisa; C. Amendola, F. D'Ascenzo, R. Jirillo, G. Vinci, Uso delle tecniche di biorisanamento per la depurazione delle acque: un caso di studio. 21° Convegno di Igiene Industriale. Corvara (BZ) 25-27 Marzo 2015.

- ***Prof. Alberto Mattiacci***

Professore Ordinario in Economia e Gestione delle Imprese dal 2004. Insegna in corsi triennali, magistrali e nel dottorato Comunicazione Ricerca Sociale e Marketing. Hadiretto un "Centro Interdipartimentale di Ricerca sul Turismo e il Marketing del Territorio" (2009- 2011), è fra i fondatori del network scientifico Circle International e collabora con la Villanova Business School di Philadelphia. Dirige una collana editoriale di marketing e partecipa all'Editorial Board di alcune riviste scientifiche italiane e internazionali. I principali interessi scientifici s'incentrano prevalentemente sulla figura del consumatore, studiato sia nel quadro evolutivo della società e dell'economia, che nella prospettiva delle strategie e politiche imprenditoriali. Ha pubblicato oltre cinquanta lavori e presentato numerosi lavori a convegni nazionali e internazionali. Nel 2002 ha fondato e da allora coordina, il più longevo Master della Sapienza – il MUMM Master Universitario Marketing Management. Nel 2016 è stato incaricato dalla Agenzia ICE di dirigere il primo Master per Executive Digitali per l'export (Master MADE) ed è stato eletto dai colleghi italiani della Società Italiana Marketing –la società scientifica degli accademici di Economia e gestione delle imprese che si occupano di marketing- Presidente per il triennio 2015-2018, dopo aver servito nel triennio precedente come Segretario Generale.

- ***Prof. Maurizio Barbieri***

È delegato per il Rettore alle attività sportive e professore associato nella Facoltà di Scienze Matematiche Fisiche e Naturali dell'Università di Roma "La Sapienza", afferendo al



Dipartimento di Scienze della Terra e al Consiglio di Area Didattica in Scienze Geologiche e Scienze Naturali e Ambientali.

Dal 2009 fa parte, in qualità di esperto, del gruppo di lavoro istituito in seno alla sezione III del Consiglio Superiore di Sanità per l'esame degli aspetti idrogeologici e idrogeochimici legati al riconoscimento delle acque minerali naturali, è componente Collegio dei Docenti del Dottorato in Scienze della Terra della Sapienza, membro del Consiglio di Amministrazione della Sapienza Università di Roma in rappresentanza dei professori associati prima per il quadriennio 2009-2013 e poi per il triennio 2013-2016, responsabile Water Unit del Progetto: *Ecological restoration plan for Palo Laziale Wood, Italy*.

Nel biennio 2009-2011 è stato responsabile Water Unit del Progetto United Nations Development Programme (UNDP) Sustainable Development and Biodiversity Conservation for the People of Socotra Island (Yemen) e attualmente è responsabile Water Unit del Progetto International Union for Conservation of Nature (IUCN). Institutional Support to the management of Protected Areas in Albania. Dal 2013 è responsabile scientifico del contratto di ricerca con l'ARPA LAZIO per la modellazione geochimica del Lago di Vico con particolare riguardo alle problematiche ambientali dell'arsenico e dal 2003 è responsabile del Laboratorio Idrogeochimico del Dipartimento presso cui opera.

Tra le sue pubblicazioni recenti si segnalano: Nigro, A., Sappa, G., Barbieri, M. (2017). *Strontium Isotope as Tracers of Groundwater Contamination. Procedia Earth and Planetary Science*. Volume 17, 2017, Pages 352–355. doi:10.1016/j.proeps.2016.12.089, Nigro A., Sappa G., Barbieri M. (2017). *Application of boron and tritium isotopes for tracing landfill contamination in groundwater. Journal of Geochemical Exploration*, Vol. 172, pp. 101-108. DOI: 10.1016/j.gexplo.2016.10.011 3, Ronzan M., Zanella L., Fattorini L., Della Rovere F., Urgast D., Cantamessa S., Nigro A., Barbieri M., Sanità di Toppi L., Berta G., Feldmann J., Altamura M.M., Falasca G. (2017) *The morphogenic responses and phytochelatin complexes induced by arsenic in Pteris vittata change in the presence of cadmium. Environmental and Experimental Botany*. Volume 133, Pages 176-187. DOI: 10.1016/j.envexpbot.2016.10.011, Battistel M., Hurwitz S., Evans W.C., Barbieri M. (2017). *The chemistry and isotopic composition of waters in the low-enthalpy geothermal system of Cimino-Vico Volcanic District, Italy. Journal of Volcanology and*



*Geothermal Research*. Vol. 328, pp. 222-229. DOI: 10.1016/j.jvolgeores.2016.11.005.

- ***Prof. Fabiola Sfodera***

Ricercatrice e professore aggregato per l'area di Economia e gestione delle imprese (SECS P/08) di Sapienza – Università di Roma Sapienza presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS). Ausitor per la qualità della formazione nel turismo per conto dell'Organizzazione Mondiale del Turismo UNWTO - Themis Foundation. Esperta di marketing del turismo ha coordinato e partecipato a numerosi progetti di sviluppo e valorizzazione turistica territoriale sia a livello nazionale che internazionale. I principali interessi scientifici sono concentrati nell'ambito del marketing. Nello specifico i principali settori applicativi sono quelli del turismo e dell'editoria. Gli approfondimenti scientifici in ambito turistico si focalizzano per lo più nell'ambito del marketing turistico territoriale, rispetto a: sviluppo del territorio e gestione di sistemi relazionali complessi, modelli di governance, analisi di mercato, destination branding, piani e modelli di sviluppo, marketing strategico, sistemi informativi di marketing per lo sviluppo turistico – osservatori. Nell'ambito dell'editoria l'attenzione dell'attività di ricerca si concentra sull'analisi e l'evoluzione dei modelli di business delle imprese editoriali, sull'innovazione di prodotto e le relative strategie di marketing. Si riporta di seguito un estratto sintetico di alcune delle principali attività e pubblicazioni recenti. È docente di Marketing, Marketing Turistico e Marketing e management delle imprese editoriali presso la Facoltà di Scienze Politiche Sociologia e Comunicazione; Docente di Marketing, Marketing management e Marketing territoriale e del turismo e Economia e gestione delle imprese turistiche, presso i master di primo e secondo livello di Sapienza (Master utive in marketing e comunicazione d'impresa – IMC; Management, Marketing e Comunicazione della Musica; Marketing Management – MUMM), Luiss Business School, Corso di Laurea in Economia e gestione dei servizi turistici – Università degli Studi di Perugia, Facoltà di Economia – Università Cattolica di Milano, Dipartimento di Economia e Management – Università di Ferrara, Centro Studi sul Turismo e sulla Promozione Turistica – CST Assisi, SDOA, Seminari Arpinati, Laboratori e moduli di Marketing territoriale e Web marketing per le destinazioni turistiche; Progettazione e coordinamento del primo master

italiano in Tourism Destination Management del CST di Assisi – Corso di Laurea in Economia e gestione dei servizi turistici – Università degli studi di Perugia e Scuola Professionale Einaudi di Bolzano. Tra le sue pubblicazioni recenti: Sfodera, F.(2011), Turismi, destinazioni e internet. La rilevazione della consumer experience nei portali turistici, Franco Angeli, Milano. Sfodera, F.(2010), Il marketing esperienziale tra evoluzione e applicazione, Morlacchi, Perugia. Sfodera, F. (2006), Strumenti di marketing, comunicazione e management per le imprese turistiche nell'economia dell'esperienza, Morlacchi, Perugia.

MATTIACCI A., SFODERA F. (2012), I fattori di spinta all'evoluzione del mercato dell'auto elettrica: l'analisi dell'offerta. Mercati e competitività, p. 21-30, ISSN: 1826-7386. SFODERA F. (2010), Dal turismo di massa ai turismi delle esperienze, SUDEST, vol. 37, p. 65-72, ISSN: 1824-8632. Alcuni contributi in volumi e saggi SFODERA F. (2008), Le visite promozionali e di vendita. In: PERONI G.. Fondamenti di marketing turistico territoriale. p. 237-258, Franco Angeli, Milano, ISBN: 9788856801231. SFODERA F. (2006), Yield management in advanced system of hotel management. In: SFODERA F.. The spread of yield management practices. p. 3-17, New York: Physica-Verlag Heidelberg, ISBN: 9783790815825. Curatele F. SFODERA (a cura di) (2006). The spread of yield management practices. Di F. Sfodera. p. 1-153, New York: Physica-Verlag Heidelberg, ISBN: 9783790815825

Alcune attività degli ultimi 5 anni- Coordinamento scientifico Osservatorio Regionale sul Turismo della Puglia- Coordinamento scientifico think tank sul turismo Peoples Travellers Pilgrims- Coordinamento scientifico Opera Romana Pellegrinaggi - Delegato e responsabile scientifico della Facoltà per il progetto di riconoscimento crediti Sostenibilità ambientale, a.a. 2008-09 e 2009-10, finanziamento Regione Lazio- CITTA vice direttore del Centro di Ricerca Turismo, Territorio e Ambiente di Sapienza 2003 – 2011- Coordinamento scientifico per conto della Facoltà di Scienze della Comunicazione del progetto di ricerca di Ateneo Federato dal titolo: PERCORSI -Turismo sostenibile nelle città d'arte. Ri/creazione digitale della memoria, comunicazione e valorizzazione turistica nei territori di Roma. 2008-2009- Coordinamento scientifico e attività di consulenza in vari progetti di ricerca e formazione professionale e alta formazione, nazionali e comunitari, per conto di università e organizzazioni (Luiss Business School, Censis Servizi, Isfort, Isnart, Themis Foundation, University



of Breda – Holland, Provincia di Bolzano;Scuola Panzini di Senigallia, Toroc, Comune di Olbia, ecc.).

- *Prof. Isabella Mingo*

E' professore associato di Statistica Sociale. Insegna Fonti e Strumenti Statistici per la comunicazione, Metodi statistici per le ricerche di mercato presso il Dipartimento CoRis e la Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione della Sapienza Università di Roma. Insegna inoltre Analisi dei dati e fonti per la comunicazione scientifica e medica presso il CIM in Biotecnologie mediche, Sapienza Università di Roma. E' revisore per le seguenti riviste internazionali: Social Indicator Research, Quality and Quantity, Behaviourmetrika (Springer). I suoi interessi scientifici sono rivolti ai problemi della concettualizzazione e della "misurazione" di fenomeni sociali e culturali. Negli ultimi anni ha concentrato la sua attenzione all'applicazione di tecniche statistiche multivariate all'analisi della esclusione sociale, delle pratiche e dei consumi culturali, della flessibilità del lavoro e della società dell'Informazione. Gli argomenti di maggiore interesse sono pertanto i seguenti: Misure e indicatori di fenomeni sociali e culturali (Tempo libero, Partecipazione culturale, Esclusione sociale, Società dell'Informazione); Modelli e metodi per la costruzione e l'analisi di indicatori complessi; Metodi di classificazione automatica; Analisi statistica dei dati testuali. Nella sua attività di ricerca ha collaborato con l'Istat, il Formez, l'ISFOL, l'I.L.O., la CGIL, il MIT, la Commissione Europea, la FAO. **Attività di ricerca Coordinamento scientifico** Ha coordinato i seguenti progetti e convenzioni : 2001: La percezione e l'uso del tempo libero: un approccio multidimensionale (Università di Roma); 2003: ICT e sviluppo e regionale: modelli e indicatori per l'analisi empirica nel contesto nazionale (Università di Roma); 2004: Laboratori di analisi culturale: approcci multipli nello studio del tempo libero (Progetto Grandi Attrezzature -Università di Roma); 2006 -2007 - Osservatorio permanente sul lavoro atipico in Italia (CGIL-Fac. di Scienze della Comunicazione); 2008-2009 Convenzione per la collaborazione nell'ambito delle Indagini Multiscopo su Stili del tempo libero e partecipazione culturale tra Istat e Facoltà di Scienze della Comunicazione Sapienza; 2013: Gruppo di lavoro CoRis per la progettazione del questionario dell'indagine Multiscopo Cittadini e tempo libero 2015, in collaborazione con ISTAT; 2013: "MixedLab": una piattaforma di " cloud computing " interdepartimentale per l'approccio mixed-methods nella



ricerca sociale (Progetto Grandi e Medie Attrezzature Sapienza); 2016: Stili di partecipazione culturale e diseguaglianze sociali nell'era digitale in Italia e in Europa: un'analisi diacronica e transnazionale con metodi multiway (Progetto di Ateneo). Ha partecipato a diversi progetti di ricerca: 2002 - Biser: Benchmarking the Information Society e-Europe Indicators for European regions (Progetto finanziato dalla Commissione Europea V FSP – Dip.di Sociologia e Comunicazione); 2002 - ITENETS: Developing a system for detection possible opportunities for partnership with the Italians abroad, giving rise to a map of countries and indicators to use in following years surveys. (I.L.O.); 2004 - L'analisi sociologica e statistica delle organizzazioni sportive: i processi di organizzazione, di leadership e sociale (PRIN, Coordinatore scientifico: G.Bonazzi); 2005 - Governance: Confronto dei benefici per le amministrazioni pubbliche (Formez-Fac. di Scienze della Comunicazione ); Analysis of e-Inclusion impact resulting from advanced R&D based on economic modelling in relation to innovation capacity, capital formation, productivity, and empowerment (Coordinatore P.Guerrieri - College of Europe); 2009-2010 - Capitale sociale e la condivisione delle conoscenze. Una piattaforma multimediale come una comunità di pratica e di ambiente di apprendimento (PRIN: Coordinatore scientifico M.C.Federici); 2009-2011 - Rappresentazioni sociali e discorso pubblico: i giovani e le sostanze psicoattive (Sapienza); 2012 -Giovani senza Scuola nè Lavoro. Indagine Sulla "Generazione Perduta" dei Neet" (Sapienza); 2013 - Giovani e giochi pericolosi. Esperienza e percezione del rischio tra gli adolescenti italiani"(Sapeinza); 2014-Sapienza Data Openness: un'infrastruttura dedicata agli Open Data della Sapienza Università di Roma (Sapienza).

Dal 2010 ad oggi è Referente per l'indirizzo scientifico del CorisLab – Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale; dal 2012 ad oggi è componente del Comitato di Monitoraggi (ex NV) della Facoltà di Scienze Politiche Sociologia Comunicazione; dal 2014 al 2016 è stata componente della Commissione Ricerca di Ateneo per la Macroarea F. Tra le sue principali pubblicazioni: I. Mingo, V. Talucci, P. Ungaro (in press) *The Italian population behaviours toward environmental sustainability: a study from Istat surveys* in Perna, C. Pratesi M., Ruiz-Gazen A, (Eds) *Studies in Theoretical and Applied Statistics, Springer*; I.Mingo, R.Bracciale (2016) *The Matthew Effect in the Italian Digital Context: The*



Progressive Marginalisation of the "Poor" in Social Indicators Research , DOI 10.1007/s11205-016-1511-2; <http://rdcu.be/m9vc>; I.Mingo, P.Ungaro, V.Talucci (2016), The Italian population behaviours toward environmental sustainability: a study from Istat surveys, SIS2016 Proceedings ISBN: 9788861970618; Sarrica M., Mingo I., Mazzara B., Leone G. (2016), The effects of lemmatization on textual analysis conducted with IRaMuTeQ: results in comparison, , in Mayaffre D., Poudat Céline, Vanni L., Magri V., Follette P. (eds) Statistical Analysis of Textual Data, Proceedings of 13th International Conference on SDstatistical Analysis of Textual Data, 7-10 June 2016 Nice CNS University Nice Sophia Antipolis, ISBN 978-2-7466-9067-7. <http://jadt2016.sciencesconf.org/82897/document>; Bracciale R., Mingo I. (2016), "Social Inequalities in digital Skills: the European context and the Italian case". In Servaes J and Oyedemi Toks (ed) The Praxis of Social Inequalities, a global perspective. Lexington Books.pp. 81-111. ISBN 978-1-4985-2346-2; Bracciale R., Mingo I., (2015) "Digital Divide in Time of Crisis in Europe: do the Rich get Richer, the Poor get Poorer?" in Borghini A., Campo E., (eds.) Exploring the crisis: theoretical perspectives and empirical investigation, Pisa, Pisa University Press (double blind peer review), pp. 41-57. ISBN 978-88-548-9415-0; I. Mingo, S. Montecolle (2014), "Subjective and Objective Aspects of Free Time: The Italian Case", Journal of Happiness Studies, Volume 15, Issue 2 , Page 425-441 Springer -DOI 10.1007/s10902-013-9429-8 ISSN 1389-4978; G.Leone, I.Mingo, M.Sarrica, B.Treglia (2012), Alcohol as an object of social construction: a mixed methods approach to joint analysis of the press and the Italian laws. In: A. Dister, D. Longrée, G. Purnelle (Eds). JADT 2012, 11es Journées Internationales d'analyse statistique des données textuelles, vol. 1, p. 603-616, Bruxelles:Universite De Liege/ Faculte Universitaires Saint Louis Bruxelles, ISBN:9782960124606; L.Bocci, I.Mingo,(2012), Clustering large data set: an applied comparative study, in Di Ciacco Agostino; Coli, Mauro; Angulo Ibanez, Jose Miguel (Eds.), Advanced Statistical Methods for the Analysis of Large Data-Sets. vol. 1, p.3-12, Berlin Eidelberg:Springer-Verlag, ISBN:9783642210365; I.Mingo I., C. Panattoni (2010), Il lessico e i temi della statistica ufficiale. un'analisi lessicometrica del programma statistico nazionale degli ultimi dieci anni, in Bolasco S., Chiari I., Giuliano L. Statistical Analysis of Textual Data. Vol. 2, p. 791-803, Milano: Led edizioni Universitarie di lettere economia diritto.ISBN:



9788879164504; L.Bocci, I.Mingo,(2009), Clustering large data set: an applied comparative study, *Statistica Methods for the analysis of large data sets*, Chieti-Pescara 23-25, 2009 - Book of short papers. Pescara, September 23-25, 2009, p. 331-334,PADOVA: Cleup, ISBN: 9788861294257; Di Nicola P., Mingo I. (2009), Flexibility and its measures: the Italian case, in Roll-Dieter Hepp (eds), *The Fragilisation of Social Structural Components*, Hoch Schul Verlag, vol III, pp.227-239.ISBN: 9783941482234; I.Mingo, P.Panarese (2017) "Cauti, ignari e spericolati. Percezione ed esperienza dei giochi pericolosi tra i giovani", in Giordano V., Panarese P. , Parisi S. (a cura di ) *Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti*, Franco Angeli, Milano, pp35-69. ISBN 88-917-4165-5; I.Mingo (2016) "Le parole del blog. Un'analisi lessicometrica" in Faggiano M.P. Nobile S. (a cura di ) *La politica partecipata. Il M5S di Roma e il suo blog*. Aracne Editrice Roma, pp.67-85 ISBN 978-88- 548-9415-0; Cattaneo, I. Mingo, B.Treglia (2015) *Giovani rappresentazioni sociali del sistema mobilità e processi di apprendimento*, Comunicazioneepuntodoc, Numero 13 – dicembre 2015; Mingo I. (2015), *Indici in mutamento: il caso dell'esclusione sociale*, in Mussino A. *Non tutto, ma di tutto sulla statistica sociale*, Roma Nuova Cultura ISBN 9788868124458; Mingo I. (2014) "I media in età prescolare: una lettura esplorativa dei dati ISTAT", *InFormazione Studi e Ricerche su Giovani, Media e Formazione*, Anno VI numero 12 2014.ISSN 1970-6723 pp. 55-61-; Mingo I. (2014) *Il tempo come risorsa? Attività del loisir e benessere soggettivo dei Neet*, in Agnoli M.S. (a cura di) *Generazioni sospese, Percorsi di ricerca sui giovani Neet*, Milano Franco Angeli, ISBN 9788891710628, pp.147-191; E. Nerli Ballati, I.Mingo, N. Branchini, F. Marconi (2014), *Sezione metodologica. Fonti dei dati, elaborazioni, analisi*, in Agnoli M.S. (a cura di) *Generazioni sospese, Percorsi di ricerca sui giovani Neet*, Milano Franco Angeli, ISBN 9788891710628, pp.318-336; Bocci I., Mingo I., Martire F. (2014), *Il vissuto formativo degli studenti nell'esperienza romana* , in Morcellini, Faccioli, Mazza *Il progetto comunicazione alla sfida del mercato*, Franco Angeli pag. 95-126 -; Mingo (2011), *Qualità e quantità: la fecondità di un approccio integrato nella ricerca sociale empirica*, in Krippendorff K. e La Rocca G.(a cura di), *Ricerca qualitativa e giovani studiosi*, Social Books PALERMO, pp. 251- 255, 1 1-3 settembre 2011 Università "Kore" di Enna, ISBN:9788895279183; I.Mingo, S. Montecolle (2011). *Tra il 'dire' e il 'fare': aspetti soggettivi e oggettivi del tempo libero*,



in Mingo I., Savioli M. (a cura di) *Tempi di vita moderni: il Loisir della società italiana*. Guerini Scientifica, pp.25-50. ISBN: 9788881073146 -; I.Mingo, M. Ferri (2011), *Il tempo dell'informazione: stili di fruizione multimediale*", in: Mingo I., Savioli M. (a cura di), *Tempi di vita moderni: il Loisir della società italiana*, Guerini Scientifica, pp.265-292. ISBN: 9788881073146-; I.Mingo (2010), *Dal pensiero agli indicatori: misurare la esclusione sociale. La complessa definizione operativa di un concetto multidimensionale*, in Bezzi C., Cannavò L. e Palumbo M.(a cura di) *Costruire e usare indicatori nella ricerca sociale e nella valutazione*, Milano Franco Angeli, pp 146-170. ISBN: 9788856816129; I.Mingo (2009), *Le abitudini degli italiani*, in Bortoletto N. e Mazza B. (a cura di) *Oltre l'evento sportivo. Tra Metafora e pragmatismo*, Rubettino ed. ISBN:9788849822427; I.Mingo (2009), *Concetti e quantità, percorsi di statistica sociale*, Roma Bonanno editore. ISBN: 9788877965646; L.Bocci, I.Mingo,(2012), *Statistiche: istruzioni per l'uso. Fonti e strumenti per l'analisi dei dati, Vol. 1,p. 1-404*, Roma:Edizioni Nuova Cultura, ISBN: 9788861348059; S.Mezzabotta, I.Mingo, A.Mussino (2007), *Daidati all'informazione, strumenti per l'analisi secondaria*, Roma, Nuova Cultura, ISBN: 9788861340398; I.Mingo, M. Savioli (a cura di)(2011), *Tempi di vita moderni. Il Loisir della società Italiana*, Milano, Guerini e Associati. ISBN: 9788881073146; P.Di Nicola, I.Mingo,( a cura di) 2005, *E-society. Strumenti e percorsi di analisi della Società in rete* , Milano, Guerini ISBN: 9788883356858; I.Mingo, 2003 (a cura di), *Il tempo del loisir, Media, new media ed altro ancora* , Milano Guerini e Associati. ISBN: 9788883354533

- **Prof. Gaia Peruzzi**

è Professore Associato in *Sociologia dei processi culturali e della comunicazione* (SPS/08) presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma. Insegna: *Sociologia dei processi culturali* nel corso di laurea triennale in "Comunicazione, tecnologie e culture digitali" (Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione); *Sociologia della moda e della comunicazione* nel corso di laurea triennale in "Scienze della moda e del costume" (Facoltà di Lettere e Filosofia); *Enterprise communication management* nel Corso di laurea magistrale in "Economia e comunicazione per il management e l'innovazione" (Facoltà di Economia). Ha



tenuto corsi e moduli nelle Università di Firenze, Sassari, Roma 2 Tor Vergata, Rennes 2 e Paris VIII. E' membro del Collegio del Dottorato in "Comunicazione, ricerca sociale e marketing". Ha numerose esperienze di ricerca, formazione e progettazione nei settori della cultura e del sociale. Fra i suoi temi principali di ricerca: media e diversità, media e migrazioni, questioni di genere, coppie miste; giornalismo e comunicazione sociale; comunicazione per le organizzazioni, politiche culturali e comunicative per il non profit. Tra le pubblicazioni più importanti: *Amori possibili. Le coppie miste nella provincia italiana* (FrancoAngeli 2008); *Fondamenti di comunicazione sociale. Diritti, media, solidarietà* (Carocci 2011); *La comunicazione sociale. Manuale per le organizzazioni non profit* (con A. Volterrani) (Laterza 2016) ----- Gaia Peruzzi is Associate Professor in Sociology of culture and communication of the Coris – Department of Communication and Social Research of Sapienza University of Rome. She teaches: Sociology of cultural and communicative processes in the degree on "Media, technologie and digital cultures" (Faculty of Political Sciences, Sociology, Communication); *Enterprise Communication Management* in the second level degree on "Economy and Communication for management and innovation" (Faculty of Economy); *Sociology of communication and fashion* in the first degree courses on "Fashion Studies" (Faculty of Letters and Philosophy). He had courses in the University of Florence, Sassari, Rome 2 Tor Vergata, Rennes 2 and Paris 8. He as directed many research, courses and projects in the fields of culture and social issue. Her main interests of research include: media and diversity, media and migration, gender questions, social journalism, communication for no profit organizations. Among her most important publications: *Amori possibili. Le coppie miste nella provincia italiana* (FrancoAngeli 2008); *Fondamenti di comunicazione sociale. Diritti, media, solidarietà* (Carocci 2011); *La comunicazione sociale. Manuale per le organizzazioni no profit* (con A. Volterrani) (Laterza 2016)

- **Prof. Christian Ruggiero**

Ricercatore in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, si occupa di comunicazione politica e sociologia del giornalismo. E' fra i coordinatori dell'Osservatorio Mediamonitor Politica. Segretario della Scuola di Dottorato Mediatrends, è nel Comitato di Redazione della rivista Comunicazionepuntodoc. E' inoltre membro degli Editorial Board delle riviste "European Journal

of Research on Education (EJRE)" e "European Journal of Research on Social Studies (EJRSS)". Tra le sue pubblicazioni, "La macchina della parola. Struttura, interazione, narrazione nel talk show" (Milano: FrancoAngeli, 2014); "Le sorti della videocrazia. Tv e politica nell'Italia del Mediaevo" (Milano: Mondadori Università, 2014), "Talk&Tweet. La campagna elettorale 2013 tra Tv e Twitter" (a cura di, con Mario Morcellini e Marzia Antenore, Rimini: Maggioli 2013), "Studiare la Comunicazione. Teorie e metodi per un approccio sociologico" (a cura di, con Michaela Liuccio, Rimini: Maggioli 2013) e "Le parole della politica. Protagonisti, linguaggi e narrazioni nell'Italia del 2008" (a cura di, con Michele Prospero, Napoli: Scriptaweb 2010).

- **Prof. Roberto Ruggieri**

È professore Aggregato di Innovazione Tecnologica dei Prodotti e dei Processi (SECS P13). Dal 2006 è Socio dell'Accademia Italiana di Scienze Merceologiche e nel 2001 è stato Vincitore Premio Poster Contest Award Best Scientific Content : The role of consumers for the development of european typical foodstuffs. I suoi principali ambiti di ricerca sono: Innovazione tecnologica - Customer Satisfaction - Total Quality Management. Tra le sue principali pubblicazioni: D'Ascenzo F., Amendola C., Ruggieri R. (2009), Strategia multicanale e centralità del cliente, *Dirigenza bancaria, Finance, Management & Innovation*, n. 136. 5. Ruggieri R., Iannilli C. (2006), La valenza energetica e ambientale della termovalorizzazione dei rifiuti solidi urbani, *De Qualitate - Rivista Italiana della Qualità*, A. XV N.7. 6. Ruggieri R., Carunchio F., Vinci G. (1997), Amido: Produzione ed utilizzazioni, *Rassegna Chimica Ragnò Editore*, XLIX (1). Atti a Convegni (ultimi 5 anni) 1. Ruggieri R., Crenca F. (2011), Il venture capital nel settore biotecnologico, XXV Congresso Nazionale di Scienze Merceologiche "Il contributo delle scienze merceologiche per un mondo sostenibile", Università di Trieste e di Udine, 26-28 Settembre 2011 Trieste - Udine. 2. Ruggieri R. (2011), L'innovazione tecnologica nel settore dei pagamenti: il mobile payment, XXV Congresso Nazionale di Scienze Merceologiche "Il contributo delle scienze merceologiche per un mondo sostenibile", Università di Trieste e di Udine, 26-28 Settembre 2011 Trieste - Udine. 3. Ruggieri R. Iannilli I. (2011), Il trasferimento tecnologico negli atenei italiani, XXV Congresso Nazionale di Scienze Merceologiche "Il contributo delle scienze merceologiche per un mondo sostenibile", Università di Trieste e di Udine, 26-28



	<p>Settembre 2011 Trieste - Udine. 4. Ruggieri R., D'Ascenzo F., Iannilli I., Amendola C. (2010), The intangible assets evaluation in the social responsibility ambit, 17th IGWT Symposium and 2010 International Conference on Commerce, Università di Bucarest, Settembre 2010 Bucarest.</p> <p>5. Ruggieri R., (2010), The new methodologies to test quality: the mystery client, 17th IGWT Symposium and 2010 International Conference on Commerce, Università di Bucarest, Settembre 2010 Bucarest.</p> <p>6. Ruggieri R., (2010), New consumer's advantages with the retail park coming, 17th IGWT Symposium and 2010 International Conference on Commerce, Università di Bucarest, Settembre 2010 Bucarest.</p> <p>7.</p>
<b>Borse di studio o altre agevolazioni:</b>	Non previste
<b>Calendario didattico</b>	Da definire
<b>Pagina web del master</b>	<a href="http://www.coris.uniroma1.it/cmcs">http://www.coris.uniroma1.it/cmcs</a>
<b>Lingua di erogazione</b>	Italiano
Eventuali forme di didattica a distanza	<a href="https://elearning2.uniroma1.it/">https://elearning2.uniroma1.it/</a> , Moodle
<b>Altre informazioni utili</b>	<p>Il corso di Master ha durata annuale con un impegno didattico di 1500 ore complessive, di cui almeno 300 ore sono riservate a lezioni di didattica frontale e 50 ore alla prova finale.</p> <p>Inoltre, ai sensi dell'art. 2 del "Regolamento Generale Master" il corso in questione comprende anche le seguenti <b>altre</b> attività formative<sup>i</sup>: esercitazioni, simulazioni e role playing, didattica interattiva e studio assistito per la realizzazione di project work e dell'elaborato finale, attività di stage.</p> <p>Ogni credito formativo universitario corrisponde a 25 ore di studio ripartite nelle varie attività formative</p> <p>Il corso di Master è a numero chiuso e tutti coloro che desiderano accedere al Master troveranno esaurienti indicazioni nell'apposito bando, di cui dovranno seguire le procedure previa registrazione a Infostud.</p> <p>La domanda di ammissione al Master è subordinata al pagamento della tassa per la prova di accesso.</p> <p>Le domande di ammissione vengono esaminate dalla Commissione di selezione sulla base delle disposizioni previste dall'art. 5.2 del presente Regolamento.</p>



	<p>L'iscrizione ad un corso di Master è incompatibile con qualunque iscrizione ad un altro corso di studio, fatta eccezione per i Corsi di Formazione e per i Corsi di Alta Formazione universitaria.</p> <p>L'immatricolazione si perfeziona con il pagamento della quota d'iscrizione secondo le modalità e le scadenze riportate nel bando.</p> <p>Il Consiglio Didattico Scientifico ha la facoltà di bandire borse di studio; i criteri di attribuzione saranno riportati nel bando.</p> <p>Qualora Enti e Società Pubbliche e/o private mettano a disposizione degli studenti ammessi al Master borse di studio o finanziamenti<sup>ii</sup> per il pagamento delle quote di iscrizione, devono procedere al versamento dei relativi importi agli interessati.</p> <p>In casi eccezionali, preventivamente autorizzati dalla Ragioneria dell'Università, è possibile accettare da detti soggetti pagamenti delle quote d'iscrizione in nome e per conto degli studenti a mezzo dell'istituto bancario cassiere, specificando nella causale del bonifico il codice del corso di studio e il numero di matricola del beneficiario.</p> <p>La frequenza alle attività didattiche del corso è obbligatoria con un vincolo di frequenza minimo, pari al 75% del monte ore complessivo delle lezioni.</p> <p>In caso di mancata frequenza, di scarso profitto o di comportamenti comunque censurabili, il Consiglio Didattico Scientifico del Master può decidere la sospensione, l'esclusione del partecipante e l'interruzione dell'erogazione dell'eventuale borsa di studio. In tali casi le quote di iscrizione versate non sono rimborsabili.</p> <p>Lo studente iscritto al corso di Master è inserito nell'anagrafe nazionale degli studenti.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Piano delle Attività Formative del Master in: Comunicazione e Management degli eventi sportivi (CMES)

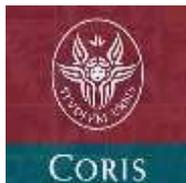
Denominazione e attività formativa	Descrizione obiettivi formativi	Responsabile insegnamento	Settore scientifico disciplinare (SSD)	CFU	Ore	Tipologia (lezione, esercitazione, laboratorio, seminario)	Verifiche di profitto (Se previste, modalità e tempi di svolgimento)
<p><i>Attività I</i>  <b>Modulo 1:</b>  <b>Ideazione e management</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendere le modalità e i processi di gestione delle risorse umane e sperimentare le dinamiche applicative</li> <li>• Comprendere le modalità di gestione dei rapporti con il territorio e sperimentare le dinamiche applicative</li> <li>• Comprendere le modalità di inclusione e integrazione sociale sperimentare le modalità applicative</li> <li>• Comprendere le modalità di applicazione dei principi di Stakeholder management e di sponsorship e gestire i processi</li> <li>• Comprendere le modalità di gestione economica e di bilancio delle organizzazioni sportive e sperimentare le dinamiche applicative</li> <li>• Approfondire la conoscenza del diritto sportivo e della legislazione sportiva</li> <li>• Sperimentazione delle conoscenze e sviluppo di autonomia di giudizio mediante didattica interattiva e studio guidato</li> </ul>	<p>- Prof. Barbara Mazza  - Prof. Fabrizio D'Ascenzo  - Prof. Gaia Peruzzi</p>	<p>SPS/07 (1)  SPS/08 (2)  SECS-P/07 (1)  SECS-P/08 (1)  SECS-P/10 (1)  SECS-P/13 (1)-  IUS/07 (1)</p>	8	200	<p><i>Lezioni frontali, esercitazioni, role playing, simulazioni,</i></p>	<p>Discussione di fine modulo in cui verranno valutati gli esti delle esercitazioni e dei lavori realizzati durante il modulo</p>



<p><i>Attività II</i>  <b>Modulo 2:          Progettazione          e fattibilità</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppare conoscenze e competenze applicative nei seguenti ambiti:</li> <li>Project management</li> <li>Sviluppo del piano di fattibilità</li> <li>Definizione del posizionamento</li> <li>Articolazione del business plan</li> <li>Impostazione del bilancio dell'evento</li> <li>Didattica interattiva e studio guidato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prof. Barbara Mazza</li> <li>- Prof. Fabrizio D'Ascenzi</li> <li>- Prof. Roberto Ruggieri</li> </ul>	SPS/08 (2) SECS-P/01 (1) SECS-P/07 (1) SECS-P/08 (2) SECS-P/10 (2) SECS-P/13 (1) ICAR12 (1)	10	250	<i>Lezioni frontali, esercitazioni, esercizi, role playing, simulazioni</i>	Discussione di fine modulo in cui verranno valutati gli esti delle esercitazioni e dei lavori realizzati durante il modulo
<p><i>Attività III</i>  <b>Modulo 3:          L'impatto socio-economico dell'evento sul turismo sportivo</b></p>	Sviluppo delle conoscenze e della capacità di comprensione sui seguenti argomenti: <ul style="list-style-type: none"> <li>Sociologia del turismo sportivo</li> <li>Event sportivi e flussi turistici</li> <li>Eventi sportivi e imprese turistiche</li> <li>Analisi socio-economica: esercitazione</li> <li>L'impatto turistico di mega/small event</li> <li>Analisi socio-culturale: esercitazione</li> <li>Didattica interattiva e studio guidato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prof. Barbara Mazza</li> <li>- Prof. AnnaRosa Montani</li> </ul>	SPS/08 (1) SPS/10 (1) SECS-P/01 (1) SECS-S/05 (1)	4	100	<i>Lezioni frontali, esercitazioni, esercizi</i>	Test di fine modulo con alternative di risposta chiuse e aperte.



<p><i>Attività IV</i> <b>Modulo 4: Dall'impiantistica alla logistica</b></p>	<p>Approfondimento delle conoscenze, delle competenze e della capacità di applicative sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione degli impianti sportivi</li> <li>• La logistica</li> <li>• Crisis and Risk management</li> <li>• Il piano di produzione</li> <li>• Didattica interattiva e studio guidato</li> </ul>	<p>- Prof. Maurizio Barbieri - Prof. Barbara Mazza</p>	<p>SPS/08 (3) SECS-P/08 (2) M-GGR/02 (2)</p>	<p>10</p>	<p>250</p>	<p><i>Lezioni frontali, esercitazioni, esercizi, role playing, simulazioni</i></p>	<p>Discussione di fine modulo in cui verranno valutati gli esti delle esercitazioni e dei lavori realizzati durante il modulo</p>
<p><i>Attività V</i> <b>Modulo 5: Event promotion</b></p>	<p>Approfondimento delle conoscenze, delle competenze e della capacità di applicative sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorie e tecniche della comunicazione sportiva</li> <li>• Brand event management</li> <li>• Marketing e merchandising</li> <li>• L'ufficio stampa e la copertura mediatica</li> <li>• Sport Event 2.0</li> <li>• Didattica interattiva e studio guidato</li> </ul>	<p>- Prof. Barbara Mazza - Prof. Christian Ruggiero - For. Fabiola Sfodera</p>	<p>SPS/08 (7) SECS-P/08 (5)</p>	<p>12</p>	<p>300</p>	<p><i>Lezioni frontali, esercitazioni, role playing, simulazioni,</i></p>	<p>Discussione di fine modulo in cui verranno valutati gli esti delle esercitazioni e dei lavori realizzati durante il modulo</p>
<p><i>Attività VI</i> <b>Modulo 6: Valutare l'efficacia</b></p>	<p>Approfondimento delle conoscenze, delle competenze e della capacità di applicative sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodi e modelli di monitoraggio</li> <li>• Indicatori di performance</li> <li>• Modello CBEE</li> </ul> <p>Didattica interattiva e studio guidato</p>	<p>- Prof. Barbara Mazza - Prof. Isabella Mingo</p>	<p>SPS/08 (1) SECS-S/05 (3)</p>	<p>4</p>	<p>100</p>	<p><i>Lezioni frontali, esercitazioni, role playing, simulazioni, esercizi</i></p>	<p>Test di fine modulo con alternative di risposta chiuse e aperte.</p>
<p><b>Denominazione e attività formativa</b></p>	<p><b>Descrizione obiettivi formativi</b></p>		<p><b>Settore scientifico disciplinare</b></p>	<p><b>CFU</b></p>	<p><b>Or e</b></p>	<p><b>Modalità di svolgimento</b></p>	



<b>Tirocinio/Stagione</b>	<p>I soggetti ospitanti i tirocini saranno coinvolti nella progettazione dei lavori che verranno svolti durante i 6 moduli didattici. L'obiettivo è infatti che lo studenti realizzi, nello sviluppo del project work, l'impostazione e la realizzazione di attività modulari da impiegare nell'organizzazione di un evento promosso e realizzato dai partner e il confezionamento di contenuti comunicativi a supporto dell'ideazione, promozione e diffusione dell'evento, nonché per la gestione delle relazioni sul territorio e con gli stakeholders. Durante il tirocinio, il corsista avrà la possibilità di sperimentare e realizzare quanto proposto, sotto la guida di tutor professionisti del settore. Ciò al fine di verificare le conoscenze e competenze apprese e raffinarle nell'esercizio della pratica sul campo.</p>		10	250	<p>CONI, Piazza Lauro de Bosis, 15 , Roma          CONI SERVIZI, Scuola dello Sport, Largo Onesti Giulio 1, Roma          FIR, Stadio Olimpico, Roma          FIS, Stadio Olimpico, Roma          FIP Via Flaminia 362, Roma          FISE Viale Tiziano 74          FIDAL via Flaminia Nuova, 830, Roma          Maratona di Roma Viale Battista Bardanzellu, 65, Roma          Unione sportiva ACLI Via Giuseppe Marcora, 18/20, Roma</p>
<b>Prova finale</b>	<p>Nella prova finale, il corsista dovrà dimostrare quanto appreso in termini applicativi presentando le azioni proposte, quelle realizzate e descrivendo criticamente punti di forza e criticità emerse in fase di progettazione e di realizzazione. Ciò anche al fine di dimostrare l'autonomia di giudizio e di intervento professionale apprese e sperimentato sul campo.</p>		2	50	<p><i>Discussione di un elaborato finale e di un project work.</i></p>
<b>TOTALE</b>			<b>60 cfu 1500 ore</b>		