



QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE DELL'IMPATTO FORMATIVO

Gentile discente,

Ti chiediamo di rispondere alle domande riportate di seguito.

Il presente questionario rappresenta lo strumento di valutazione dell'impatto formativo del corso FAIR PLAY MANAGER e il superamento del corso con la certificazione della qualifica di FPM è attestato dalla corretta risposta ad almeno 20 delle 24 domande del questionario.

Riporta per favore i tuoi dati:

NOME:	
COGNOME:	
COD FISCALE:	
CITTÀ DI RESIDENZA:	
CONTATTO TELEFONICO:	
CONTATTO E MAIL:	

Ti verrà inviato l'attestato di superamento del corso con la qualifica di Fair Play Manager dopo la verifica dei tuoi risultati da parte della Segreteria Didattica.

Il questionario deve pervenire alla segreteria eventi&progetti@youemergency.com entro e non oltre il 31 dicembre 2023.

Buon lavoro
La Segreteria Didattica

*Seleziona con una X la tua risposta tra le opzioni dalla a) alla d).
Ricorda: esiste una sola opzione giusta per ciascun quesito*

Quesiti relativi alla lezione 8

1. Il marketing di un evento sportivo serve solo vendere gli spazi di visibilità
 - a) Vero, perchè il marketing si occupa di contattare gli sponsor per assicurarsi i contributi economici per sostenere l'evento
 - b) Falso, perchè le attività di cui si occupa il marketing riguardano anche l'analisi, la pianificazione, la definizione della politica commerciale e il rapporto con gli sponsor
 - c) Falso perchè il marketing è comunicazione e advertising, dunque ha rapporti e relazioni con la stampa e tutti i media
 - d) In parte vero, ma riduttivo per le attività di analisi, di pianificazione, di comunicazione, di definizione della strategia di vendita, di definizione degli aspetti critici di successo e di verifica dei risultati

2. Il fair Play Manager deve...
 - a) Condividere le attività con le varie figure professionali coinvolte nel marketing e dire qual è la sua opinione in merito agli aspetti etici riferibili a ognuna di esse
 - b) Pianificare con il marketing le attività in stretta collaborazione, così da disegnare il progetto già in un'ottica FairPlay
 - c) Inserire nella check list dei fattori critici di successo elementi rappresentativi della transizione etica nell'organizzazione degli eventi
 - d) Sia b) sia c)

Quesiti relativi alla lezione 6

3. Uno schiavo/a, non si considera tale se:
 - a) E' schiavo di un padrone compassionevole
 - b) Non ha preso coscienza di esserlo
 - c) E' incaricato del controllo di tutti gli schiavi di un padrone
 - d) Se come schiava, ha generato un figlio/a col padrone, dove il concepito per legge, è un nato libero

4. Perché l'Italia fa parte del G7:
- a) E' stata tra i 6 Stati firmatari del "Trattato di Roma" del 1958
 - b) Perché fa parte della NATO
 - c) Perché il suo peso politico, economico, industriale e militare, è ritenuto di centrale importanza su scala globale.
 - d) Perché, nella rotazione quinquennale, rappresenta attualmente l'Unione Europea in seno al G7

Quesiti relativi alla lezione 1

5. Dopo quale olimpiade si è venuta a creare l'idea di Fair Play da applicare al mondo dello sport ?
- a) Berlino 1936
 - b) Helsinki 1952
 - c) Roma 1960
 - d) Tokyo 1964
6. Qual è il nome dell'avvocato norvegese al quale è stato assegnato il primo Fair Play for Peace?
- a) Berit Reiss-Andersen
 - b) Anne Enger
 - c) Asle Toje
 - d) Jorgen Watne Frydnes

Quesiti relativi alla lezione 10

7. Secondo la Programmazione Neuro Linguistica (PNL), nei rapporti intrapersonali quale è la comunicazione più incisiva?
- a) Para verbale
 - b) Non verbale
 - c) Verbale
 - d) Extra verbale

8. Di cosa tratta la prossemica nella comunicazione?

- a) Empatie
- b) Ascolti
- c) Distanze
- d) Silenzi

Quesiti relativi alla lezione 11

9. Responsabilità e importanza dei «messaggi» trasferiti con lo sport

- a) La responsabilità dei contenuti è a carico del “responsabile della comunicazione”
- b) C’è libertà di stampa in Italia, ognuno può esporre le proprie idee come ritiene, senza influenza alcuna
- c) L’addetto stampa gestisce la comunicazione esterna e si assicura che i messaggi siano trasferiti correttamente ai media, con cui ha storici rapporti professionali
- d) Il Fair Play Manager affianca il responsabile della comunicazione nella pianificazione della comunicazione, prendendo atto senza intervenire sui contenuti

10. L’obiettivo del FPM nella pianificazione della comunicazione

- a) Il FPM promuove lo sport come modello da seguire in relazione ai principi di etica dello sport
- b) Il FPM convoca conferenze stampa per trasferire messaggi
- c) Gli obiettivi degli organizzatori degli eventi coincidono con quelli del FPM
- d) Non possono essere diramati comunicati stampa che non abbiano avuto l’approvazione del FPM

Quesiti relativi alla lezione 4

11. Istituzioni Internazionali non sportive che hanno acquisito il Fair Play all’interno della loro programmazione

- a) ONU e UE
- b) ONU e NATO
- c) Vaticano e UE
- d) Vaticano e ONU

12. Nella “Dichiarazione del Millennio” e nelle risoluzioni successive firmate dalle Nazioni Unite (ONU), lo sport viene indicato come lo strumento più efficace ed economico per la realizzazione di quali obiettivi?

- a) Pace e rispetto reciproco tra i popoli e le nazioni, parità di genere, inclusività di tutte le minoranze, uguaglianza sociale e contrasto alla disparità economica
- b) Pace e lotta alla disparità economica
- c) Inclusività delle minoranze religiose e sviluppo del dialogo multiculturale.
- d) Parità di genere e rispetto delle minoranze religiose

Quesiti relativi alla lezione 9

13. Cosa tenere in considerazione per la scelta di una location di un’iniziativa

- a) La storia e cultura del luogo che ospiterà l’evento
- b) L’appoggio e supporto delle Istituzioni locali
- c) Il luogo deve essere coerente con il tema e l’etica dell’iniziativa
- d) Tutte le risposte sono corrette

14. Tutti gli strumenti di diffusione per una comunicazione e promozione efficace sono:

- a) Social Network e Testimonial
- b) Enti\Associazioni promotrici, Social Network, Testimonial,
- c) Il Logo e/o Claim, Comunicato Stampa, Enti\Associazioni promotrici, Social Network, Testimonial, Sito Web
- d) Il Logo, Sito Web, Comunicato Stampa

Quesiti relativi alla lezione 12

15. Le fasi di un evento sono 3, fase pre-evento, l'evento, fase post-evento. Quando interviene la figura del Fair Play Manager?

- a) Solo nella fase finale di debriefing
- b) Solo all'inizio per affiancare l'organizzazione
- c) In ogni fase per introdurre argomenti e aspetti di etica dello sport e verificare che questi aspetti siano stati evidenziati e preservati
- d) Durante l'evento, per assicurarsi che l'evento sportivo sia in linea con i temi della transizione etica

16. Il ruolo del Fair Play Manager richiede una competenza trasversale sui differenti aspetti organizzativi e nei momenti diversi della realizzazione dell'evento.

- a) Falso, il FPM non può essere esperto in tutto
- b) Vero, il Fair Play Manager ha una grande esperienza pregressa in tutti gli ambiti dello sport
- c) Vero, ma le competenze in vari ambiti possono essere distribuite anche su più FPM per lo stesso evento, soprattutto se questo evento è di grandi dimensioni
- d) Nessuna delle tre risposte precedenti

Quesiti relativi alla lezione 2

17. Cos'è "l'allineamento culturale" nello sport?

- a) E' il coinvolgimento culturale di un intero team, teso a raggiungere un obiettivo sportivo prefissato
- b) E' quando un atleta fa sua la filosofia commerciale di uno sponsor
- c) E' accettare il concetto etico che tutti gli atleti di una gara debbano avere le stesse possibilità di vittoria
- d) E' la sintonia di opinioni, positive o negative, su di un evento sportivo, tra coloro che hanno assistito allo stesso e la stampa specializzata

18. Chi per primo ha usato il termine “sport” col significato che oggi conosciamo?

- a) Il barone De Coubertin, nel suo intervento al Congresso Olimpico del 1894, dal quale scaturì la prima Olimpiade moderna di Atene del 1896
- b) Denis Diderot, che utilizzò il lemma “Sport” nella famosa “ Enciclopedia”, pubblicata in Francia nel 1751
- c) William Shakespeare, nell’opera teatrale ”Enrico IV”, scritta tra il 1597e il 1598
- d) Camillo Agrippa, nel suo “Trattato di Scientia d'Arme”, pubblicato nel 1553

Quesiti relativi alla lezione 5

19. Il marketing territoriale è finalizzato alla valorizzazione del territorio, quasi sempre insieme a quale attività?

- a) Organizzazione eventi
- b) Promozione turistica
- c) Pulizia del territorio
- d) Pianificazione culturale

20. Quale è la prima fase del marketing territoriale?

- a) Promozione del brand
- b) Cambiare target
- c) Aprire un canale media
- d) Analisi del territorio

Quesiti relativi alla lezione 7

21. Quando e dove si teorizza per la prima volta il concetto “Fair Pay” per un salario equo tra uomini e donne a parità di mansione?

- a) Nel 2007 con l’avvento dei social network
- b) In Italia nel secondo dopoguerra
- c) In Inghilterra durante la Rivoluzione Industriale (1751-1830)
- d) Nel 1968 in tutta Europa

22. Che cos'è il Fair Play Finanziario ambito sportivo?

- a) è un meccanismo, codificato dal UEFA a partire dal 2009, attraverso il quale vengono controllati i bilanci dei singoli club per verificare il principio del pareggio di bilancio
- b) E' il regolamento con cui gli istituti bancari concedono prestiti ai club sportivi
- c) Un gruppo di regole non scritte che regola l'etica del calciomercato
- d) Tutte le risposte sono corrette.

Quesiti relativi alla lezione 3

23. Da quante organizzazioni nazionali è composta l'ISCA?

- a) 90
- b) 60
- c) 250
- d) 210

24. Il Marchese De Coubertin è universalmente riconosciuto per essere stato colui che ha dato maggior impulso alla nascita della olimpiadi moderne. Di pari passo con quelle sportive, quali altre olimpiadi promosse?

- a) Olimpiadi della caccia
- b) Olimpiadi del cinema
- c) Olimpiadi della mente
- d) Olimpiadi dell'arte

DATA ____/____/____

FIRMA _____