

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Logica e organizzazione d'impresa (strategie di comunicazione e marketing territoriale)	VULCANO MANUEL	4

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Il corso si propone di analizzare le forme e i modi dell'organizzazione d'impresa con i quali sostenere la competitività di un territorio, intesa come capacità di attrazione di imprese e persone in connessione alla valorizzazione delle risorse geografiche ed antropiche in esso presenti.

Con riferimento ai Descrittori di Dublino i risultati di apprendimento attesi sono:

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscere e saper comprendere nozioni base o avanzate dell'organizzazione d'impresa.

Conoscenza dei concetti fondamentali di strategie di comunicazione e marketing territoriale.

Saper raccogliere dati per il marketing territoriale.

Capacità di analizzare in modo critico quanto raccolto.

Abilità comunicative

Acquisire la terminologia tecnica adeguata, saper comunicare informazioni, nozioni, problemi e soluzioni con il linguaggio opportuno.

Capacità d'apprendimento

Saper comprendere ed acquisire in autonomia nuove nozioni, nonché essere in grado di saperle utilizzare senza necessità di figure esterne, dimostrando la capacità di aggiornare, integrare e sviluppare criticamente le proprie competenze in funzione del contesto e delle necessità. Saper utilizzare e sfruttare le conoscenze e le logiche apprese anche in altri contesti.

Le abilità e le capacità descritte saranno valutate sia in itinere sia nell'esame finale.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE

Lo studente sarà formato per lavorare in autonomia nel mondo della comunicazione per il marketing territoriale e sarà in grado di comprendere le logiche e le tecniche del marketing territoriale.

PREREQUISITI RICHIESTI

Nessun prerequisito richiesto

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO

MODULO	PERIODO	UNITÀ DI PROGRAMMAZIONE
1° MODULO	NOV. - DIC. ORE - 5	1. Introduzione all'organizzazione d'impresa
	DIC. - GEN. ORE - 5	2. Comunicazione del Territorio
	GEN. - FEB. ORE - 5	3. Strategie di web marketing
	FEB. - MAR. ORE - 5	4. Key words del territorio
VERIFICHE INTERMEDIE (TEORIA ED ELABORATI)	DAL 13/02/2023 AL 17/02/2023	
PAUSA DIDATTICA TRA 1° E 2° MODULO SEMESTRALE	DAL 17/02/2023 AL 06/03/2023	
2° MODULO	MAR. - APR. ORE - 5	5. Reputazione valorizzazione e promozione
	APR. - MAG. ORE - 5	6. Concetto di identità di un luogo
	MAG. - GIU. ORE - 5	7. Le fasi del Piano di Marketing
	GIU. - LUG. ORE - 5	8. Le fasi del Piano di Marketing
VERIFICA FINALE (ELABORATI)	DAL 15/06/2023 AL 21/06/2023	
CHIUSURA 2° MODULO	21/06/2023	

ARGOMENTI

UNITÀ	CONTENUTI
-------	-----------

1	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Introduzione all'organizzazione d'impresa PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI:
2	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Comunicazione del Territorio PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Esercitazione sulla comunicazione del territorio
3	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Strategie di web marketing PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Esercitazione su strategie di web marketing
4	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Key words del territorio PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Progetto su creazione di una strategia di comunicazione per il rilancio di un quartiere difficile
5	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Reputazione valorizzazione e promozione PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Progetto su creazione di una strategia di comunicazione per il rilancio di un quartiere difficile
6	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Concetto di identità di un luogo PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Progetto su creazione di una strategia di comunicazione per il rilancio di un quartiere difficile
7	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Le fasi del Piano di Marketing PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Progetto su creazione di una strategia di comunicazione per il rilancio di un quartiere difficile
8	TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Realizzazione di un piano di Marketing PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Progetto su creazione di una strategia di comunicazione per il rilancio di un quartiere difficile

METODI DIDATTICI

Sono previste lezioni frontali per introdurre i temi di progetto, prove pratiche ed esercitazioni. Al fine di raggiungere gli obiettivi formativi del corso e di agevolare l'apprendimento degli studenti verrà utilizzata una metodologia didattica partecipativa basata sul dialogo e confronto di idee e progettualità

BIBLIOGRAFIA

Matteo Caroli, Il marketing per la gestione competitiva del territorio. Modelli e strategie per attrarre (e far rimanere) nel territorio persone, imprese e grandi investimenti. F Angeli; 2014

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEI CREDITI

METODO DIDATTICO	1° MODULO - ORE DI ATTIVITÀ SVOLTE IN PRESENZA	1° MODULO - ORE DI STUDIO AUTONOMO	2° MODULO - ORE DI ATTIVITÀ SVOLTE IN PRESENZA	2° MODULO - ORE DI STUDIO AUTONOMO
LEZIONE	16	-	16	-
ESERCITAZIONE	2	15	2	15
ATTIVITÀ DI PROGETTO / RICERCA	2	15	2	15
TOTALE (*)	20	30	20	30

Lezione: ha la finalità di trasmettere i concetti teorici e pratici previsti nel programma dell'insegnamento funzionali al raggiungimento dei risultati di apprendimento attesi

Esercitazione: ha la finalità di applicare, attraverso esercizi guidati dal Docente, i concetti acquisiti;

Attività di progetto / ricerca: ha la finalità di affinare le competenze e le abilità acquisite. Si basa su temi progettuali e di ricerca assegnati dal docente e prevede, in tutto o in parte, uno sviluppo autonomo da parte dello studente.

(*) Il totale delle ore deve corrispondere a 25 x n. CFA previsti per la disciplina.

► Descrizione dei temi di approfondimento oggetto dei lavori di ricerca e degli elaborati grafici assegnati, specificando quali sono richiesti per il 1° modulo e quali per il 2° modulo:

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DEL MATERIALE RICHIESTO ALL'ESAME

L'esame è in forma orale + presentazione del progetto in formato digitale.