

CITY MARKETING, GRANDI EVENTI E COMUNICAZIONE

Docente: GUALA Alessandro
Settore: SPS/08
CFU: 5
Sede: TORINO

PROGRAMMA D'ESAME A.A.: 2006-2007

Obiettivi

Il corso affronta i temi della comunicazione pubblica e del citymarketing quali strumenti di promozione delle città e delle regioni per ottenere visibilità e riposizionamento a livello nazionale e internazionale. Le strategie di citymarketing riguardano sia la riqualificazione urbana (arredo urbano, servizi, infrastrutture, nuove opere pubbliche) sia la gestione e la promozione dei cosiddetti mega eventi, i quali "marcano" indelebilmente un luogo (una città, un territorio, una regione) .

Programma

Le lezioni affrontano i seguenti temi:

- indicatori sociali e qualità della vita
- trasformazioni dell'economia e del territorio
- cultura, turismo e nuovi "city users"
- le strategie di promozione delle città
- marketing del territorio e degli eventi
- i Mega Eventi: olimpiadi, expo, mostre
- eredità materiale (strutture, opere) e immateriale (simboli, valori, notorietà)
- tra i "casi di studio": Torino e le Olimpiadi

La frequenza è obbligatoria.

Testi Consigliati

Per i frequentanti, un libro a scelta tra:

- S. Ferrari, Event marketing, CEDAM, Padova, 2002
- N. Kotler, P. Kotler, Marketing dei musei, Comunità, Milano, 1999. I frequentanti devono portare una relazione su un caso di studio.

I non frequentanti, obbligati a sostenere l'esame all'interno del loro percorso di studi, devono portare un secondo libro a scelta tra i seguenti:

- L. Bobbio, C. Guala (a cura di), Olimpiadi e grandi eventi, Carocci, Roma, 2002
- A. Segre, S. Scamuzzi (a cura di), Aspettando le Olimpiadi, Carocci, Roma, 2004
- P. Bondonio, E. Dansero, A. Mela (a cura di), Olimpiadi, oltre il 2006, Carocci, Roma, 2006

Modalità Didattiche

Il corso ha una struttura in gran parte seminariale. Dopo alcune lezioni frontali, si affronteranno specifici casi di città e di eventi.

La frequenza è obbligatoria. In via eccezionale sono ammessi all'esame per non frequentanti solo gli studenti dei Corsi che prevedano obbligatoriamente la materia all'interno del proprio percorso didattico (è il caso della Specialistica in Relazioni Pubbliche e Reti Mediali).

Modalità di Esame

L'esame è orale. Tutti i frequentanti sono tenuti a preparare una relazione su casi di studio.

Note

Dato il carattere in gran parte seminariale del corso, la frequenza è obbligatoria.

Sono ammessi all'esame come non frequentanti gli studenti dei Corsi che prevedono obbligatoriamente la materia all'interno del proprio percorso didattico (è il caso della Specialistica in "Relazioni Pubbliche e Reti mediali").

