

CITY MARKETING, GRANDI EVENTI E COMUNICAZIONE

Docente/i: MARTINA ANNA MARIA
Settore: SPS/08
CFU: 5
Sede: TORINO

PROGRAMMA D'ESAME A.A.: 2008-2009

Obiettivi

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

Risultati dell'apprendimento

Programma

Le lezioni affrontano i seguenti temi: -trasformazioni dell'economia ed effetti sul territorio -il piano strategico alla base del marketing territoriale -le strategie di promozione delle città -cultura, turismo, nuovi "city users" -media event, mega event: olimpiadi, mostre, expo -eredità materiale (strutture, opere) e immateriale (simboli, valori, immagine, identità) -le relazioni pubbliche: definizione, ambito, contenuti professionali -le relazioni pubbliche al servizio della comunicazione pubblica -tra i "casi di studio": Torino e le Olimpiadi

Testi Consigliati

Testi d'esame L'esame è orale, e si fonda su due testi, oltre alle relazioni sui casi di studio 1. Chito Guala, Mega Eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana, Carocci, Roma, 2007 2. Anna Martina, Comunicare la città. Il caso di Torino Olimpica, Bruno Mondadori, Milano 2006. I frequentanti sono tenuti a portare una relazione su un caso di studio.

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").