CITY MARKETING (MNO)

Docente/i: GUALA ALESSANDRO
Settore: SPS/08
CFU: 9
Sede: TORINO

PROGRAMMA D'ESAME A.A.: 2009-2010
Obiettivi
Il corso affronta i temi della trasformazione urbana e delle strategie di citymarketing quali strumenti di promozione del territorio 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 competizione per ottenere e organizzare i cosiddetti mega eventi, che "marcano" indelebilmente un luogo (una città, un territorio, una regione) e una nazione.

Risultati dell'apprendimento

Programma
Le lezioni affrontano i seguenti temi: - indicatori sociali e qualità della vita - trasformazioni dell'economia ed effetti sul territorio - cultura, turismo, nuovi "city users" - le strategie di rinnovamento e promozione delle città - marketing del territorio e degli eventi - i Mega Eventi: tipologie, contenuti, ciclo di vita - Olimpiadi, Expo, grandi eventi sportivi e culturali - eredità materiale (strutture, opere) e immateriale (simboli, valori, immagine, identità) - tra i "casi di studio": Genova capitale europea della cultura (2004), Torino e le Olimpiadi 2006, e casi di città che hanno ospitato mega eventi o che competono per acquisirli. Il corso è strettamente connesso ad altri insegnamenti, come il contributo della Prof.ssa Anna Martina in altro corso, dove vengono approfonditi i temi della comunicazione pubblica e della promozione delle città

Testi Consigliati
Testi d'esame L'esame è orale, e si fonda su tre 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, Bruno Mondadori, Milano, 2006 3 Un terzo testo a scelta tra i due seguenti : - Sonia Ferrari, Event Marketing, CEDAM, Padova, 2002 - N. Kotler, P. Kotler, Marketing dei musei, Comunità, Milano, 1999 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.

Modalità di Esame
L'esame è orale. Tutti gli studenti sono tenuti a preparare una relazione su casi di studio. Dato il carattere in gran parte seminariale del corso, la frequenza è obbligatoria

Note
Da aprile, le lezioni si tengono solo lun. e mart.. Si avvisano gli studenti che dal 1 marzo 2010 il ricevimento si svolge in via Plana, 2 piano, martedì, h. 14-15 Il docente è anche reperibile via email.