

CITY MARKETING

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

PROGRAMMA D'ESAME A.A.: 2011-2012

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 organizzazione dei cosiddetti Mega Eventi, che "marcano" indelebilmente un luogo (una città, un territorio, una regione) e una nazione.

Risultati dell'apprendimento

Programma

Il corso si svolge nel secondo semestre. Le lezioni affrontano i seguenti temi: - indicatori sociali e qualità della vita - trasformazioni dell'economia ed effetti sul territorio - cultura, turismo, nuovi "city users" - strategie di rinnovamento e promozione delle città - marketing del territorio e degli eventi - Mega Eventi: Olimpiadi, Expo, eventi culturali, mostre - eredità materiale (strutture, opere) e immateriale (simboli, valori, immagine, identità) - tra i "casi di studio": Genova

Testi Consigliati

L'esame è orale. Il programma per i frequentanti (che svolgono anche la esercitazione) si basa su due testi: 1 C. Guala, Mega Eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana, Carocci, Roma, 2007 2 Un testo a scelta tra i due seguenti - S. Ferrari, Event Marketing, CEDAM, Padova, 2002 - N. Kotler, P. Kotler, Marketing dei musei, Comunità, Milano, 1999 Chi non ha la possibilità di frequentare le lezioni, deve portare all'esame un terzo testo: Anna Martina, Comunicare la città, Bruno Mondadori, Milano, 2006

Modalità Didattiche

Dopo alcune lezioni frontali, il corso avrà una struttura seminariale, con specifici casi di città e di eventi. La frequenza è obbligatoria, salvo per gli studenti iscritti a Corsi Magistrali che indicano specificatamente Citymarketing nei loro programmi (es.: Comunicazione Pubblica e Politica). I frequentanti sono tenuti a portare una relazione (o un Power Point) su un caso di studio. Testi e siti verranno suggeriti dal docente, o potranno essere proposti dagli studenti.

Modalità di Esame

L'esame è orale. La frequenza è obbligatoria. Possono sostenere l'esame con un numero ridotto di presenze gli studenti iscritti a Magistrali che indicano Citymarketing nei loro programmi (es.: Comunicazione Pubblica e Politica). I frequentanti sono tenuti a portare una relazione (o un Power Point) su un caso di studio, la cui valutazione contribuisce a determinare il voto d'esame, insieme all'orale. Testi e siti verranno suggeriti dal docente, o potranno essere proposti dagli studenti. Chi non prepara l'esercitazione deve portare all'esame il testo di Anna Martina. Non si può registrare il voto in data successiva all'esame.

Note

Il docente è all'estero per due settimane, ma è reperibile via email. Prossimo giorno/ricevimento: mart. 3 luglio, via plana. Ricevimento martedì, h. 14-15, via Plana, uff. 2 piano. Per sicurezza si prega di preavvertire il prof. Guala: alessandro.guala@unito.it.