

## CITY MARKETING, GRANDI EVENTI E COMUNICAZIONE

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

### PROGRAMMA D'ESAME A.A.: 2007-2008

#### 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) .

#### 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 promozione delle città
- marketing del territorio e degli eventi
- i Mega Eventi: olimpiadi, expo, mostre
- eredità materiale (strutture, opere) e immateriale (simboli, valori, immagine, identità)
- 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. un libro a scelta tra:
  - S. 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. 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 medial").

-----  
Documento generato il 10.06.2008 - Per gli aggiornamenti si consiglia di consultare il portale di Facoltà <http://www.scipol.unito.it>