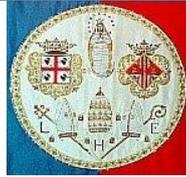
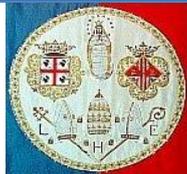


Università degli studi di Cagliari
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

<i>Titolo del seminario</i>	DIETRO LE QUINTE DI UN BRAND DI SUCCESSO: ELEMENTI PRINCIPALI DELLA STRATEGIA DI MARKETING. IL CASO ICHNUSA – VIII^ EDIZIONE
<i>Settore Scientifico disciplinare di riferimento</i>	SECS/P08 – Economia e Gestione delle Imprese SECS/P10 – Organizzazione aziendale M-FIL/05 – Filosofia e teoria dei linguaggi L-LIN/12 – Lingua e Traduzione - Lingua Inglese
<i>Docente</i>	GIUSEPPE MELIS – DANIELA PETTINAO - LUISANNA FODDE – ELISABETTA GOLA –ROBERTA PINNA
<i>Semestre nel quale viene impartito</i>	Secondo
<i>Crediti assegnati</i>	3 (18 ore)
<i>Giorni, Orari, Aula:</i>	dal 25 al 27 maggio – Aula Magna di Viale Sant’Ignazio 74 Orario: dalle 10.00 alle 13.00 e dalle 14.30 alle 17.30
<i>Prerequisiti</i>	<p>- per gli studenti della Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche aver sostenuto l'esame di <u>marketing</u> nel triennio;</p> <p>- per quelli provenienti da Scienze della comunicazione, aver sostenuto l'esame di <u>Teoria dei linguaggi e della comunicazione</u></p> <p>- per quelli provenienti da Lingue e Comunicazione, aver sostenuto l'esame di <u>Inglese 1</u> o che stiano frequentando lo stesso corso nel presente a.a. (frequenza confermata nel registro docente); e</p> <p>- abbiano sostenuto l'Esame di <u>Teoria dei Linguaggi</u></p> <p>Per tutti gli studenti del triennio, inoltre occorre aver conseguito un numero di CFU (crediti formativi) pari ad almeno 80.</p> <p>Per gli studenti dei corsi magistrali è sufficiente che nel triennio abbiano sostenuto gli esami di cui sopra nei rispettivi Corsi di laurea</p>
<i>Obiettivi formativi</i>	<p>Approfondimento dei contenuti di studio nel contesto aziendale Heineken (proprietaria del marchio Ichnusa) con riferimento ai seguenti aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Il ruolo del <i>brand manager</i> all'interno del contesto aziendale attraverso testimonianze di professionisti di Heineken Italia;• Il ruolo dell'agenzia di comunicazione e il valore nello sviluppo della <i>brand image</i> di un prodotto;• L'importanza del media mix per veicolare il contenuto della comunicazione, focus nuovi media e case <i>history facebook</i>;• Il contributo delle ricerche di mercato allo sviluppo del piano di marketing;• L'innovazione di prodotto e il suo processo.



Contenuti	<p>I contenuti del seminario sono quelli indicati ad esplicitazione degli obiettivi di cui al punto precedente. Il seminario si articola in 3 giornate, full immersion, con incontri meridiani e pomeridiani di 3 ore ciascuno, nonché in una giornata di presentazione dei risultati e in una di premiazione.</p> <p><u>Presentazione dei risultati:</u> Gli studenti dovranno realizzare un elaborato finale che sarà oggetto di valutazione e, alla fine del percorso, ci sarà la possibilità per uno studente selezionato dall'azienda di svolgere un tirocinio presso il reparto Marketing di Heineken Italia a Milano.</p> <p><u>Calendario degli incontri:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Seminario (durata 3 giorni full time): dal 25/5 al 27/5 2016• Scadenza invio elaborato: 24/06/2016 con spedizione e-mail dell'elaborato ai seguenti indirizzi: fodde@unica.it; egola@unica.it; gemelis@unica.it; pettiniao@unica.it; pinnar@unica.it• Presentazione in aula dei progetti: 30/06/2016• Premiazione e colloqui: 01/07/2016.
Metodo d'insegnamento	<p>L'attività didattica si svolgerà con testimonianze/lezioni di tipo tradizionale finalizzate a fornire allo studente gli elementi utili per lo sviluppo di un elaborato finale con tutoraggio del docente da sottoporre a valutazione dell'azienda. La predisposizione dell'elaborato finale comporterà la realizzazione di una survey secondo le indicazioni ricevute nel corso dei tre giorni di seminario.</p>
Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione	<p>Stesura di un elaborato scritto in forma di "progetto" sul tema assegnato nel corso dei tre giorni di seminario.</p> <p>L'elaborato sarà poi presentato pubblicamente da ogni gruppo di progetto e valutato da una commissione composta dai docenti proponenti il seminario e dal gruppo dirigente di Heineken coinvolto nell'iniziativa.</p> <p>Alla fine della procedura di valutazione si terrà una giornata di premiazione pubblica e nel pomeriggio i ragazzi dei primi tre gruppi sosterranno dei colloqui con il personale di Heineken tra cui verrà scelta una persona che svolgerà un tirocinio retribuito presso la sede di Milano</p>
Lecture consigliate	<p>Per gli studenti di area economica: Ripasso dei concetti studiati nell'esame di marketing (per studenti di triennale) e, se sostenuto, di analisi di mercato (per studenti di laurea magistrale).</p> <p>Per gli studenti di Scienze della Comunicazione: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di Teoria dei linguaggi e della comunicazione e dei materiali e testi previsti nel corso di Communication management (per studenti di Scienze della comunicazione).</p> <p>Per gli studenti di Lingue e Comunicazione: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di Teoria dei linguaggi e di Inglese 1 con particolare riferimento ai linguaggi della pubblicità.</p>



Università degli studi di Cagliari
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

Altre informazioni

Per gli studenti che hanno già partecipato ad edizioni passate del seminario/concorso è possibile partecipare nuovamente ma potranno avere diritto solo ad 1 CFU relativo alla parte progettuale, dal momento che la parte didattica in aula per 2/3 rimane sostanzialmente la stessa.

Per le iscrizioni occorre procedere registrandosi al seguente link:

<https://it.surveymonkey.com/r/FormatIchnusa2016>