



<i>Insegnamento</i>	PREMIO ICHNUSA – XI^ EDIZIONE
<i>Settori Scientifico disciplinari coinvolti</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>Corsi e Classi di studio principalmente interessati</i>	Economia e Gestione Aziendale - L 18; Economia e Finanza – L 33 Economia Manageriale – LM 77; Scienze economiche – LM 56 Data Science, Business Analytics e Innovazione – LM 91 Scienze della Comunicazione – L 20; Filosofia e teorie della comunicazione – LM 78 L-LIN/12 – Lingua e Traduzione - Lingua Inglese
<i>Docenti di riferimento</i> <i>Interventi seminariali</i>	GIUSEPPE MELIS – DANIELA PETTINAO – FRANCESCA CABIDDU – ELISABETTA GOLA – LUISANNA FODDE – ROBERTA PINNA ESPERTI HEINEKEN SUL TEMA DI BRANDING E DI COMUNICAZIONE
<i>Anno di corso nel quale viene impartito l'insegnamento</i>	3° ANNO DEI CORSI DI LAUREA DI PRIMO LIVELLO
<i>Semestre, giorni di svolgimento, orario e sede</i>	II SEMESTRE: lezioni: 25, 26 febbraio; presentazione progetti e premiazione: 25-26 marzo Sede: online Orario: dalle 10.00 alle 13.00 e dalle 14.30 alle 17.30
<i>Crediti assegnati</i>	3 CFU – 18 ore
<i>Prerequisiti:</i>	<p>- per gli studenti della Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche aver sostenuto l'esame di <u>Economia e gestione delle imprese</u> e <u>Marketing strategico</u> (o <u>marketing</u> se vecchio ordinamento) nel triennio e che stiano frequentando il corso di <u>Marketing operativo</u> o di <u>Digital Marketing</u> (questo solo per gli studenti di Data Science) nel semestre in corso (o se di coorti precedenti che abbiano già sostenuto l'esame di marketing);</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:</p> <p>a) 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).</p> <p>b) abbiano sostenuto l'Esame di <u>Linguaggi dei media</u></p> <p>Per tutti gli studenti del triennio, inoltre occorre aver conseguito un numero di CFU (crediti formativi) pari ad almeno 75.</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>
<p><i>Obiettivi formativi dell'insegnamento</i></p>	<p>Approfondimento dei contenuti di studio nel contesto aziendale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ruolo del brand manager all'interno del contesto aziendale attraverso testimonianze; - Piani di sviluppo all'interno dell'azienda - Mondo birra – descrizione prodotto - Riposizionamento di marca – case Ichnusa - Importanza del purpose – Ichnusa per la Sardegna <p>Interverranno esperti dell'azienda in relazione al branding e alla comunicazione. Ecco nel dettaglio i temi trattati nelle due giornate di lezioni.</p> <p>I GIORNATA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al seminario e presentazioni • Ruolo dell'HR e piani di sviluppo dell'azienda • Ichnusa – riposizionamento di brand e la piattaforma Ichnusa per la Sardegna • Ichnusa – Il nostro birrifico e i prodotti della nostra famiglia Ichnusa. <p>II GIORNATA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduzione e agenda • Media – l'importanza del media per amplificare un progetto • CMI – l'importanza dei dati nella costruzione di un piano • Brand PR – l'importanza della comunicazione, il legame con il territorio • Brand Experience: l'importanza degli eventi. #ILNOSTROIMPEGNO • Presentazione del brief • Domande e appuntamenti <p>Il progetto quest'anno avrà per oggetto un tema legato alla valorizzazione del territorio, della cultura e delle tradizioni sarde, in funzione di future attivazioni sul territorio sardo organizzate da Ichnusa. Il progetto è il segno concreto dell'impegno che Ichnusa dedica alla salvaguardia e valorizzazione delle bellezze dell'isola e si colloca nel filone della responsabilità sociale delle imprese nelle esperienze di consumo.</p>
<p><i>Contenuti dell'insegnamento e calendario degli incontri</i></p>	<p>Il seminario della durata di 18 ore complessive, compresa la presentazione dei progetti, si articola, rispettivamente, in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Due giornate di incontri formativi con personale Heineken (6 ore ciascuno per un totale di 12 ore) - Una giornata per la presentazione dei risultati (6 ore) <p>Gli studenti, successivamente ai seminari, dovranno realizzare e spedire entro il 19 marzo 2021 un elaborato finale che sarà oggetto di valutazione e, alla fine del percorso, ci sarà la possibilità per cinque studenti selezionati dall'azienda di una settimana di training virtuale in azienda Heineken Italia.</p> <p><u>Calendario degli incontri:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminario (durata 2 giorni): dal 25 al 26 febbraio 2021 • Scadenza invio elaborato: 19 marzo 2021 con spedizione e-mail dell'elaborato ai seguenti indirizzi:



	<p>talent_leadership@heinekenitalia.it mettendo in copia il docente di riferimento fodde@unica.it; egola@unica.it; gemelis@unica.it; pettinao@unica.it; cabiddu@unica.it; pinnar@unica.it</p> <ul style="list-style-type: none">• Presentazione e discussione in aula dei progetti: 25 e/o 26 marzo, ore 9.00• Premiazione virtuale e colloqui per training in azienda
<i>Metodo d'insegnamento</i>	<p>L'attività didattica si svolgerà con interventi finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none">• fornire allo studente gli elementi utili per lo sviluppo di un elaborato finale con tutoraggio del docente da sottoporre a valutazione dell'azienda.
<i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i>	<p>Realizzazione di un progetto sulla base del brief assegnato nel corso dei due giorni di seminario.</p> <p>L'elaborato sarà poi presentato pubblicamente online da ogni gruppo di progetto e valutato da una commissione composta dai docenti proponenti il seminario e da Heineken Italia.</p> <p>I progetti verranno valutati sulla base dei seguenti criteri:</p> <ul style="list-style-type: none">- Coerenza: Il progetto deve essere coerente con il posizionamento e con il tono di voce del brand.- Innovazione: Il progetto deve spontaneamente generare una reazione positiva e una sincera approvazione da parte della popolazione sarda.- Realizzabilità: Il progetto deve essere ambizioso ma concretamente realizzabile.- Raccolta dati: Sarà valutata la capacità dei gruppi di raccogliere dati utili per lo sviluppo dei progetti.- Capacità espositiva e comunicativa: Saranno valutati chiarezza nell'esposizione, logica e sequenza temporale
<i>Lecture consigliate</i>	<p>Per gli studenti di area economica: Ripasso dei concetti studiati nell'esame di marketing (per studenti di triennale) e, se sostenuto, di <u>analisi di mercato</u> e <u>digital marketing</u> (per studenti di laurea magistrale).</p> <p>Per gli studenti di Scienze della Comunicazione: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di "<u>Teoria dei linguaggi e della comunicazione</u>" e "<u>Marketing e comunicazione pubblicitaria</u>" (per studenti di Scienze della comunicazione).</p> <p>Per gli studenti di Lingue e Comunicazione: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di <u>Linguaggio dei media</u> e di <u>Inglese 1</u> con particolare riferimento ai linguaggi della pubblicità.</p>
<i>Iscrizioni</i>	<p>Per iscriversi occorre compilare il format che si trova al seguente link, entro e non oltre il 23 febbraio: https://it.surveymonkey.com/r/H2QF9CJ</p>