UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2015/2016

CORPORATE STORYTELLING

Anno immatricolazione	2015/2016
Anno offerta	2015/2016
Normativa	DM270
SSD	SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE PROFESSIONALE E MULTIMEDIALITÀ
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	1°
Periodo didattico	Secondo Semestre (29/02/2016 - 28/05/2016)
Crediti	6
Ore	36 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	ORALE
Docente	FONTANA ANDREA - 6 CFU
Prerequisiti	Nessuno
Obiettivi formativi	Conoscere le scienze della narrazione Applicare le scienze della narrazione alla comunicazione e al marketing d'impresa Potenziare le competenze professionali in ambito di Corporare storytelling
Programma e contenuti	Le scienze della narrazione sono diventate un paradigma di riferimento anche nel mondo del business. Si racconta per posizionare un prodotto, per dare significato commerciale a una marca, per ottimizzare un'identità digitale, per coinvolgere su un progetto di vita. Si racconta per collocare in un mercato elettorale un politico, per orientare un'economia, per fare geopolitica. Sopravvive meglio chi riesce a far fronte alle cosiddette "battaglie

	narrative" e a convivere con le arene comunicative dei nostri mercati e dei nostri scenari mediatici. Ma cosa significa per le imprese e le organizzazioni raccontare in questi termini? E come preparare manager e professionisti a questi cambiamenti? Il corso è pensato per rispondere ed essere una guida complessiva allo Storytelling d'impresa. Il corso spiega in dettaglio e con numerosi esempi, le tecniche, i processi e gli strumenti dello Storytelling individuale e organizzativo, in particolare quest'ultimo – il Corporate Storytelling – indispensabile per raccontarsi sui mercati saturi come aziende. Il corso è organizzato in grandi parti propedeutiche allo Storytelling d'impresa: il perché, il cosa, il dove e il come. Completano le riflessioni del corso, molti casi nazionali e internazionali nel marketing, nella comunicazione e nella direzione d'impresa.
Metodi didattici	Attivi e laboratoriali
Testi di riferimento	A. Fontana, Storytelling d'impresa, Hoepli, 2016
Modalità verifica apprendimento	Scritto
Altre informazioni	Per appuntamento con il docente mandare una mail a: andrea.fontana01@unipv.it
Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile	$lbl_legenda_sviluppo_sostenibile