



# UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2016/2017

## CORPORATE STORYTELLING

<b>Anno immatricolazione</b>	2016/2017
<b>Anno offerta</b>	2016/2017
<b>Normativa</b>	DM270
<b>SSD</b>	SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)
<b>Dipartimento</b>	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
<b>Corso di studio</b>	COMUNICAZIONE PROFESSIONALE E MULTIMEDIALITÀ
<b>Curriculum</b>	PERCORSO COMUNE
<b>Anno di corso</b>	1°
<b>Periodo didattico</b>	Secondo Semestre (27/02/2017 - 27/05/2017)
<b>Crediti</b>	6
<b>Ore</b>	36 ore di attività frontale
<b>Lingua insegnamento</b>	Italiano
<b>Tipo esame</b>	ORALE
<b>Docente</b>	FONTANA ANDREA - 6 CFU
<b>Prerequisiti</b>	Non è richiesto nessun prerequisito specifico
<b>Obiettivi formativi</b>	<p>Il modulo didattico "Corporate Storytelling" del corso intende fornire agli studenti gli strumenti operativi dello Storytelling e trasmettere i diversi approcci della narrazione d'impresa applicata in ambito aziendale, comunicativo, sociale e politico.</p> <p>Le dinamiche dello storytelling sono il nuovo orizzonte strategico di valore, tanto che narrazione e "fiction economy" diventano oggi parte integrante della produzione e del consumo industriale.</p> <p>Per questo il corso intende prendere in considerazione lo storytelling (le strategie del racconto), e la narrazione in quanto dispositivi di influenzamento strategico dei mercati (sia quelli interni all'impresa sia quelli esterni). Durante il corso verranno infatti esemplificati teorie, metodi e strumenti di applicazione della narrazione nell'advertising, nella comunicazione politica e aziendale, nel marketing e nel brand</p>

	management.
<b>Programma e contenuti</b>	<p>Coerentemente con gli obiettivi del corso, il programma dell'insegnamento presenterà una serie di prospettive teoriche e di analisi che hanno al loro centro le teorie e tecniche del Corporate Storytelling.</p> <p>Il corso è strutturato in tre parti principali: nella prima si darà conto in termini generali di cosa è un racconto d'impresa e di come la mente umana sia il principale strumento di narrazione (coerentemente con le attuali teorie della psicologia post-cognitivista). Nella seconda parte verranno esemplificati i passaggi chiave del Corporate Storytelling e saranno presentate una serie casi pratici e modelli operativi (in diversi settori di mercato) che possano far capire come applicare la narrazione in ambito di comunicazione organizzativa e politica. Infine la terza parte sarà dedicata alla presentazione degli strumenti di Corporate Storytelling più diffusi in ambito aziendale con i relativi canali specifici (carta, social media, web, tv, radio)</p>
<b>Metodi didattici</b>	<p>La didattica sarà svolta sia con modalità frontali che attraverso modalità di actionlearning. In particolari sono previsti esercitazioni e momenti laboratoriali per arricchire la comprensione pratica delle teorie e dei modelli proposti. Verranno anche proposti dei project work che permetteranno agli studenti di applicare immediatamente i format appresi.</p>
<b>Testi di riferimento</b>	<p>Il testo di riferimento è: Andrea Fontana, Storytelling d'impresa. La guida definitiva, Hoepli, Milano 2016.</p>
<b>Modalità verifica apprendimento</b>	<p>L'esame, per frequentanti e non frequentanti, consiste in una prova scritta a domande aperte sui temi trattati nel modulo e nel libro di riferimento. La prova è volta a verificare, sia il livello di acquisizione dei contenuti studiati, il lessico specialistico e le capacità di esporli in modo appropriato, sia le capacità di raccordare gli aspetti teorici ai contenuti appresi nei moduli di Organizzazione, Comunicazione e di Storytelling che compongono l'insegnamento, in modo da verificare e valutare le capacità pratiche di lettura complessa e articolata dei fenomeni e degli aspetti trattati nel corso nel suo complesso.</p>
<b>Altre informazioni</b>	<p>Il voto conseguito su questo modulo concorrerà insieme a quelli conseguiti negli altri due moduli al voto finale calcolato come media ponderata delle tre votazioni.</p>
<b>Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile</b>	<p><a href="#">\$ b _legenda_sviluppo_sostenibile</a></p>