



Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche
Dipartimento di Scienze economiche e aziendali
Direttore: prof. Patrizio Monfardini

ANNO ACCADEMICO 2024/2025

<i>Titolo dell'attività:</i>	SEMINARIO - CONCORSO ICHNUSA – XV^A EDIZIONE
<i>Tipo di attività:</i>	Seminario concorso
<i>Corsi di studio interessati</i>	Economia e Gestione Aziendale - L 18; Economia e Finanza – L 33; Economia Manageriale – LM 77; Scienze economiche – LM 56; LM76 – Management e Monitoraggio del Turismo Sostenibile; Data Science, Business Analytics e Innovazione – LM 91; Scienze della Comunicazione – L 20; Filosofia e teorie della comunicazione – LM 78; Lingua e Comunicazione – L-LIN/12; Scienze Politiche – L36; Innovazione Sociale e Comunicazione – Interclasse - LM 59 e LM-62
<i>Docente referente:</i>	Prof. Giuseppe Melis
<i>Posta elettronica:</i>	gemelis@unica.it
<i>Numero di crediti:</i>	3
<i>SSD:</i>	SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese SECS/P10 – Organizzazione aziendale M-FIL/05 – Filosofia e teoria dei linguaggi L-LIN/12 – Lingua e Comunicazione SPS/08 – Sociologia dei processi culturali e comunicativi
<i>Altri contatti di riferimento:</i>	Francesca Cabiddu – Olga Denti – Michela Giordano – Elisabetta Gola – Alessandro Lovari – Daniela Pettinao – Roberta Pinna
<i>Programma dell'attività:</i>	13 marzo 2025 - I GIORNATA: <ul style="list-style-type: none">• Introduzione al seminario e presentazioni• Ruolo dell'HR e l'organizzazione aziendale• Il birrifico di Ichnusa, Assemini (CA)• CMI – l'importanza dei dati nella costruzione di un piano market driven• Il ruolo del Trade Marketing nel canale moderno• Il ruolo del Trade Marketing nel canale Ho.Re.Ca. 14 marzo 2025 - II GIORNATA: <ul style="list-style-type: none">• Introduzione e agenda• I Media e la loro importanza per amplificare un progetto• Brand PR – l'importanza della comunicazione, il legame con il territorio• Il processo di innovazione nel prodotto, nel packaging e nella comunicazione• Brand Ichnusa – storia, posizionamento e iniziative• Presentazione del brief di progetto• Domande e appuntamenti



	<p>Il progetto riguarderà lo sviluppo di un'attivazione del brand Ichnusa sul territorio sardo</p> <p>10 aprile 2025 - III GIORNATA:</p> <ul style="list-style-type: none">● Presentazione degli elaborate progettuali <p>11 aprile 2025 – IV GIORNATA:</p> <ul style="list-style-type: none">● Ore 10.00 – Premiazione● Colloqui per stage in azienda <p>Orario: dalle 10.00 alle 13.00 e dalle 14.30 alle 17.30</p>
<p><i>Prerequisiti:</i></p>	<p>- per gli studenti dei corsi di laurea a indirizzo economico della Facoltà di SEGP, aver sostenuto l'esame di <u>Economia e gestione delle imprese e 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 gli studenti del corso di laurea in Scienze Politiche della Facoltà di SEGP, aver sostenuto l'esame (gli esami) di <u>Sociologia</u> e <u>Sociologia della Comunicazione</u> nel triennio;</p> <p>- per quelli provenienti da Scienze della comunicazione, aver maturato almeno 60 CFU e sostenuto gli esami di <u>Teoria dei linguaggi e della comunicazione</u> (o <u>Sociologia della comunicazione e dell'immaginario</u>) e <u>Elementi</u> (o <u>Fondamenti</u>) di <u>marketing</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); 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 60.</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>Qualora le iscrizioni dovessero superare le 90 unità si procederà con una graduatoria in base agli esami sostenuti e alla media dei voti ottenuti.</p>



<p><i>Obiettivi formativi:</i></p>	<p>Gli obiettivi sono sia di tipo teorico che pratico. Nel primo caso, si approfondiscono argomenti trattati in diversi insegnamenti attraverso l'esperienza del caso aziendale Ichnusa. Nel secondo si permette di applicare le conoscenze acquisite nella realizzazione di un progetto di gruppo che favorisce, tra l'altro, la sperimentazione di competenze trasversali quali quelli della collaborazione per comuni obiettivi.</p> <p>Sul piano degli argomenti trattati l'approfondimento nel contesto aziendale riguarda specificamente:</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• Il birrifico e il mondo birra• Canali di commercializzazione• Presentazione caso Ichnusa
<p><i>Numero massimo di studenti:</i></p>	<p>90</p>
<p><i>Testi e letture consigliate:</i></p>	<p>Per gli <u>studenti di area economica</u>: Ripasso dei concetti studiati nell'esame di marketing (per studenti di triennale) e, se sostenuto, di analisi di mercato e digital marketing (per studenti di laurea magistrale).</p> <p>Per gli <u>studenti di Scienze della Comunicazione</u>: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di "Teoria dei linguaggi e della comunicazione" e "Elementi di marketing" (per studenti di Scienze della comunicazione).</p> <p>Per gli <u>studenti di Lingue e Comunicazione</u>: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di Linguaggio dei media e di Inglese 1 con particolare riferimento ai linguaggi della pubblicità.</p> <p>Per gli <u>studenti di area socio-politica</u>: Ripasso dei concetti studiati per gli esami di Sociologia e Sociologia della Comunicazione.</p>
<p><i>Modalità di verifica finale:</i></p>	<p>Realizzazione di un progetto sulla base del brief assegnato nel corso dei due giorni di seminario.</p> <p>Scadenza invio del progetto: 7 aprile 2025</p> <p>Gli elaborati andranno spediti via e-mail ai seguenti indirizzi: talent_leadership@heinekenitalia.it, carola_conte@heinekenitalia.it, marta_lilliu@heinekenitalia.it, nicole_collu@heinekenitalia.it mettendo in copia il docente di riferimento: egola@unica.it; gemelis@unica.it; pettinio@unica.it; cabiddu@unica.it; pinnar@unica.it; alessandro.lovari@unica.it, odenti@unica.it, mgiordano@unica.it.</p>



	<p>L'elaborato sarà poi presentato pubblicamente in presenza da ogni gruppo di progetto e valutato da una commissione composta dai docenti proponenti il seminario e da Ichnusa.</p> <p>I progetti verranno valutati sulla base dei seguenti criteri:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Coerenza</u>: Il progetto deve essere coerente con il posizionamento e con il tono di voce del brand.- <u>Innovazione</u>: Il progetto deve spontaneamente generare una reazione positiva e una sincera approvazione da parte della popolazione sarda.- <u>Realizzabilità</u>: Il progetto deve essere ambizioso ma concretamente realizzabile.- <u>Raccolta dati</u>: Sarà valutata la capacità dei gruppi di raccogliere dati utili per lo sviluppo dei progetti.- <u>Capacità espositiva e comunicativa</u>: Saranno valutati chiarezza nell'esposizione, logica e sequenza temporale. <p>La valutazione può essere positiva o negativa ma senza indicazione di voto.</p>
<p><i>Modalità e termini di iscrizione:</i></p>	<p>Le iscrizioni saranno raccolte attraverso il seguente modulo da compilare online https://it.surveymonkey.com/r/SGC6ZKP entro e non oltre il 10 marzo 2025.</p>