



<i>Insegnamento</i>	PREMIO ICHNUSA – X[^] 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</i>	GIUSEPPE MELIS – DANIELA PETTINAO – FRANCESCA CABIDDU - ELISABETTA GOLA - LUISANNA FODDE
<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>	I SEMESTRE: 7, 8 novembre e 5 e 6 dicembre 2019 Sede: Aula Magna di Viale Sant'Ignazio 74 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> nel triennio e che stiano frequentando il corso di <u>Marketing</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 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 dell'insegnamento</i>	Approfondimento dei contenuti di studio di Heineken Italia, proprietaria del marchio Ichnusa, con riferimento alla seguente agenda: Giorno 1: <ul style="list-style-type: none">• Introduzione• Heineken Company

	<ul style="list-style-type: none"> • HR (piani di sviluppo) • Presentazione del Marketing department • Induction brand Ichnusa • Birrificio di Assemini • Sviluppo e Innovazione <p>Giorno 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ichnusa e Partner per il rispetto ambientale • Eventi ed attivazioni sul territorio • Brief <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 nei punti di consumo Ichnusa. Il progetto è il segno concreto dell'impegno che Ichnusa dedica alla salvaguardia 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 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 1 dicembre 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 uno stage presso il brand team Ichnusa, reparto Marketing di Heineken Italia a Milano.</p> <p>Una giornata per la premiazione dei gruppi vincitori del concorso</p> <p><u>Calendario degli incontri:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminario (durata 2 giorni): dal 7 al 8 novembre 2019 • Scadenza invio elaborato: 1 dicembre con spedizione e-mail dell'elaborato ai seguenti indirizzi: talent_leadership@heinekenitalia.it mettendo in copia il docente di riferimento fodde@unica.it; egola@unica.it; gemelis@unica.it; pettiniao@unica.it; cabiddu@unica.it • Presentazione e discussione in aula dei progetti: 5 dicembre, ore 9.00 • Premiazione e colloqui: 5 dicembre, ore 15.00
<p><i>Metodo d'insegnamento</i></p>	<p>L'attività didattica si svolgerà con interventi finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proseguire il lavoro di scouting da parte dell'azienda per la decima edizione • 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 due giorni di seminario.
	<p>Realizzazione di un progetto sulla base del brief assegnato nel corso dei due giorni di seminario.</p>



<i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i>	<p>L'elaborato sarà poi presentato pubblicamente da ogni gruppo di progetto e valutato da una commissione composta dai docenti proponenti il seminario e da Heineken Italia.</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>
<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 analisi di mercato e digital marketing (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 "Marketing e comunicazione pubblicitaria" (per studenti di Scienze della comunicazione).</p> <p>Per gli studenti di Lingue e Comunicazione: Ripasso dei temi del secondo semestre dell'insegnamento di Linguaggio dei media e di Inglese 1 con particolare riferimento ai linguaggi della pubblicità.</p>