# Ricerca storica e processi narrativi (con esercitazioni di Narrazione d’impresa)

## Prof. Alberto Tanturri

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di fornire conoscenze di base e strumenti ermeneutici idonei a formare laureati in grado di applicare le proprie conoscenze e competenze storiche alla comprensione delle risorse culturali, ancorché potenziali, proprie di realtà aziendali, e di attuare eventuali ricerche funzionali alla messa a punto di progetti di comunicazione e di valorizzazione di tali risorse. Per tali ragioni, esso prevede un’introduzione di carattere metodologico, intesa a familiarizzare gli studenti con gli archivi e le varie tipologie di fonti documentarie, e una parte dedicata alla storia dell’impresa, opportunamente contestualizzata, spaziante dall’espansione economica della prima età moderna all’industrializzazione contemporanea.

*RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI*

Al termine del corso, ci si aspetta che lo studente sia in grado di:

***Conoscenza e comprensione:***

Conoscere e valutare i processi economici che hanno accompagnato l’industrializzazione europea ed italiana;

***Capacità di applicare conoscenza e comprensione:***

Essere in grado di analizzare e interpretare criticamente i vari tipi di fonti (documentarie o iconografiche) reperibili negli archivi delle aziende;

***Autonomia di giudizio:***

Problematizzare storicamente i modelli di sviluppo e le dinamiche di crescita economica messe in atto nei singoli paesi;

***Abilità comunicative:***

Saper comunicare in maniera analitica e con adeguato lessico specialistico gli argomenti trattati nel corso;

***Capacità di apprendimento:***

Essere in grado di riflettere criticamente sugli snodi principali della storia dell’industrializzazione europea, cogliendo la specificità delle interpretazioni storiche sui singoli temi e contesti.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso prevede una prima sezione, di carattere introduttivo, che consisterà nell’analisi delle varie fasi operative del lavoro storiografico: si studieranno dapprima le problematiche connesse con la critica delle fonti, e cioè analisi dei documenti, interpretazione letterale e contenutistica degli stessi, determinazione della loro autenticità e valutazione della loro attendibilità. La parte preponderante del corso sarà tuttavia dedicata alla storia dell’impresa (nel contesto degli aspetti strutturali della società e dell’economia europea nell’età moderna e contemporanea), in un quadro cronologico compreso fra l’avvio della Rivoluzione industriale nel XVIII secolo e le incertezze congiunturali degli anni ’70 e ’80 del secolo scorso. Particolare attenzione sarà rivolta a cogliere le differenze principali fra il modello industriale anglosassone, basato sulla grande impresa e sulla standardizzazione del prodotto, e quello italiano, caratterizzato dal ruolo prevalente della piccola impresa, dalle specificità territoriali e dalla reinterpretazione delle eredità del passato.

***BIBLIOGRAFIA***

T. Kemp, *L’industrializzazione in Europa nell’800*, Bologna, Il Mulino, 1988.

V. Zamagni, *L’economia italiana nell’età della globalizzazione,* Bologna, Il Mulino, 2018.[Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/vera-zamagni/leconomia-italiana-nelleta-della-globalizzazione-9788815275141-529594.html)

A tali due testi, gli studenti non frequentanti aggiungeranno anche il seguente:

P. Battilani – F. Fauri, *L’economia italiana dal 1945 a oggi*, Bologna, Il Mulino, 2014. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/patrizia-battilani-francesca-fauri/leconomia-italiana-dal-1945-a-oggi-9788815283214-674313.html?search_string=battilani&search_results=10)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svolgerà con lezioni frontali in aula.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame consisterà in un colloquio orale, inteso ad accertare le conoscenze e le capacità critiche dello studente, nonché le sue modalità espressive. Per il colloquio verranno utilizzate la piattaforme Blackboard, Microsoft Teams e altre eventualmente indicate o approvate dall’Ateneo. La prova sarà articolata in tre domande, di pari peso ai fini della definizione del voto. L’esercitazione pratica in “Narrazione d’impresa – Corporate storytelling” pesa sul voto finale nella misura del 20 % mediante calcolo di media ponderata. L’acquisizione di una prospettiva critica e organica della materia e la dimostrazione del possesso di una padronanza espressiva e di linguaggio specifico saranno valutati con voti di eccellenza. La conoscenza per lo più meccanica o mnemonica della disciplina, capacità di sintesi e di analisi non articolate e l’uso di un linguaggio corretto ma non del tutto pertinente condurranno a una valutazione discreta; lacune contenutistiche e linguaggio inappropriato – seppur in un contesto di conoscenze essenziali del programma d'esame – si tradurranno in voti non superiori alla sufficienza. Vaste lacune, linguaggio approssimativo e mancanza di orientamento nell’ambito dei testi suggeriti o indicati durante il corso non potranno che essere valutati negativamente.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non richiede in modo cogente il possesso di particolari prerequisiti. Si reputa tuttavia utile una conoscenza manualisticamente accettabile della storia economica europea dal secolo XVIII ai nostri giorni.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Tanturri riceve gli studenti al termine delle lezioni.

# Esercitazioni di Narrazione d'impresa - corporate storytelling

## Dott.ssa Anna Ghirardi

***OBIETTIVO DEL CORSO E*** *RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI*

Raccontare e raccontarsi per le organizzazioni contemporanee è ormai una necessità ineludibile, non solo per le attività commerciali e di *branding*, ma per la *governance* complessiva delle relazioni comunicazionali interne ed esterne. Così diventa necessario sviluppare le competenze narrative per la creazione di progetti di *storytelling* che possano generare una narrazione organizzativa efficace e in grado di diffondersi in logica crossmediale sui diversi canali (carta, relazione, web, …)

Durante il corso sarà possibile:

- potenziare il bagaglio di competenze e strumenti per creare progetti di narrazione d’impresa (*corporate storytelling*);

- conoscere le strategie, i problemi e le soluzioni per una efficace gestione dei progetti di narrazione d’impresa;

- analizzare strumenti e metodi – in logica crossmediale e trasmediale – capaci di generare narrazione;

- apprendere metodologie per definire un significante racconto commerciale (scegliendo il miglior canale necessario).

Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà in grado di riconoscere, individuare e progettare le migliori strategie comunicative per la presentazione di una impresa o di un prodotto, scegliendo il mezzo più efficace per raggiungere gli obiettivi prefissati.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Tra i temi trattati: la narrazione (strategie, tecniche, stili...), il *corporate storytelling*, musei aziendali e cultura d’impresa.

In particolare:

- la narrazione d'impresa: obiettivi, target, strategie e strutture possibili;

- la comunicazione aziendale: strategie, strumenti, canali di diffusione;

- particolari strategie di narrazione: i musei aziendali, le mostre virtuali.

***BIBLIOGRAFIA***

D. Pinardi, M. Matrone, *Narrativa d'impresa. Per essere ed essere visti*, Ed. Franco Angeli, Milano 2014. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/narrativa-dimpresa-per-essere-ed-essere-visti-9788820440695-185936.html)

A. Fontana, *Storyselling. Strategie del racconto per vendere se stessi, i propri prodotti, le proprie aziende*, Etas, Milano 2010.

AA. VV. (a cura di MIBAC), *Mostre Virtuali On-line. Linee Guida per la Realizzazione*, Reprostampa Industria Grafica, Roma 2011.

Dispensa redatta e fornita dal docente.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso ha un taglio laboratoriale e pratico, con analisi di casi studio per capire logiche, criticità e soluzioni. Le lezioni si terranno in presenza con possibilità di continuo confronto circa il lavoro da svolgere.

Di primaria importanza saranno le esercitazioni, individuali e/o di gruppo, per la creazione del personale portfolio digitale.

Il percorso si concluderà con la discussione dell'elaborato finale prodotto durante le settimane di esercitazione. Il progetto di *storytelling* verrà affidato durante il corso e verrà sviluppato durante il percorso formativo.

L’erogazione dell’insegnamento e il raggiungimento degli obiettivi formativi sopra indicati vengono garantiti anche nel caso le indicazioni delle Autorità o motivazioni individuali degli studenti non consentano la frequenza in presenza del corso.

In tal caso l’erogazione del corso avverrà mediante lezioni preregistrate; materiali messi a disposizione on line (slides, articoli, etc.); eventuali lezioni/incontri in presenza con un numero ristretto di studenti; lezioni a distanza in diretta che permettano di integrare le lezioni registrate con la possibilità di discutere i contenuti e porre domande al docente. Al fine di svolgere tali attività viene utilizzata la piattaforma Blackboard.

Si ritengono non frequentanti gli studenti con presenza inferiore al 75% delle ore di didattica programmate. Tali studenti avranno l’obbligo di studiare parte della bibliografia già citata e le dispense che verranno fornite all’inzio del corso. Verrà inoltre assegnata una breve esercitazione individuale.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame consisterà nella presentazione dell’elaborato finale, cui corrisponderà un confronto orale, inteso ad accertare le conoscenze, le capacità critiche e progettuali dello studente, nonché le sue modalità espressive. La valutazione sarà comprensiva delle due esercitazioni svolte e verrà espressa in trentesimi.

L’esercitazione pratica in “Narrazione di Impresa” costituisce parte integrante del corso Ricerca Storica e Processi Narrativi del prof. Alberto Tanturri e pesa sul voto finale nella misura del 20% mediante calcolo di media.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

 Il corso fornisce nozioni di base inerenti alle tematiche di comunicazione aziendale, l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti.