



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Dipartimento di Management e Diritto

Corso di Laurea Magistrale CLEM

ATTIVITA' EXTRA FORMATIVE

DOCENTE PROPONENTE PROF. AGGR. SIMONETTA PATTUGLIA

RIPOSIZIONAMENTO STRATEGICO NEL CONTESTO DIGITALE - IL CASO RAI PUBBLICITÀ

Fabio Belli - Sabrina Biasio - CFO e COO RAI PUBBLICITÀ SPA

Il Corso approfondirà il processo di riposizionamento strategico che un'azienda deve intraprendere portando ad esempio il caso Rai Pubblicità oltre ad interventi da altre industry e quindi focalizzerà:

- L'evoluzione e i radicali cambiamenti della dieta degli utenti sorretta dalla “rivoluzione” digitale;
- Il mercato pubblicitario: il ruolo degli attori (Editori, Concessionarie, Centri media, clienti), comparazione con business model sviluppati in altri mercati;
- I razionali delle scelte in risposta all'evoluzione dell'ambiente esterno: processi, risorse umane.

Il Caso Rai Pubblicità sarà il case study posto ad esemplificazione di tutti i concetti e i passaggi che verranno approfonditi.

L'obiettivo è quello di ripercorrere insieme agli studenti per via induttiva: le logiche della pianificazione strategica, gli impatti organizzativi, il controllo e il reporting come leve di cambiamento della cultura aziendale

Venerdì 28 aprile 2017 ore 10.00-13.00

- Introduzione Mercato AD, analisi scenario (Trend, Comportamenti ecc.)
- La digitalizzazione

Giovedì 4 maggio 2017 ore 15.00-18.00

- Introduzione alla digitalizzazione (Intervento di Francesco Barbarani – Direttore Digital, Rai: la digitalizzazione in pubblicità; sales force innovazione nelle differenti industry attraverso tool digitali)

Venerdì 5 maggio 2017 ore 10.00-13.00

- Testimonianza differenti industry (American Express)
- Lancio work case da sviluppare nell'ultimo incontro: il riposizionamento strategico in Italia attraverso la digitalizzazione

Giovedì 11 maggio 2017 ore 15.00-18.00

- Introduzione al caso Rai Pubblicità, approccio e logiche: in un mercato in rapido cambiamento cosa vuol dire attuare un riposizionamento strategico.
- Analogie ed estensione delle macro tendenze dei mercati (digitalizzazione & disintermediazione come leva del riposizionamento strategico)

Venerdì 12 maggio 2017 ore 10.00-13.00

- Il Caso Rai Pubblicità nello specifico, il cambiamento attraverso tre leve: cultura, digitalizzazione e reporting.

Venerdì 19 maggio 2017 ore 15.00-18.00

- Esposizione tesine/progetti

18 ore saranno impegnate in un project work o nella stesura di un lavoro di approfondimento tutorato dai docenti titolari del Corso.

La frequenza al Corso da diritto a 6 CFU.