



UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE
DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA
E SCIENZE POLITICHE,
ECONOMICHE E SOCIALI

Via Cavour, 84 – 15121 Alessandria AL
Tel. 0131 283900- Fax 0131 283773
www.digspes.uniupo.it

CORSO in “BRANDING e ASCOLTO PUBBLICO”

ORDINAMENTO DIDATTICO

Tipologia, durata e denominazione del corso

Si attiva per l'anno 2026 il corso di alta formazione denominato “Branding e ascolto pubblico” presso il Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali (DiGSPES) dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale. Il corso è organizzato in collaborazione con l'agenzia Alexala. La direzione scientifica è affidata al Professor Marco Novarese. Il corso stesso prevede una durata complessiva di sessanta ore e la partecipazione è offerta a titolo gratuito.

Requisiti di ammissione e modalità di selezione

Possono presentare domanda di ammissione tutte/i coloro che siano in possesso di un diploma di istruzione secondaria superiore di secondo grado. L'ammissione è subordinata alla valutazione del curriculum vitae e al superamento di un colloquio conoscitivo e motivazionale che potrà svolgersi anche in modalità telematica.

Obiettivi generali e formativi

Il progetto si propone di accompagnare il percorso di *city branding* del Comune di Alessandria, fornendo gli strumenti necessari per definire l'identità competitiva del territorio. Oltre all'applicazione specifica sul caso locale, il corso mira a fornire un pacchetto di competenze trasversali e strumenti analitici avanzati applicabili alla gestione di qualsiasi marchio o identità complessa. Il percorso formativo propone e utilizza strumenti e modelli dell'economia comportamentale e cognitiva per individuare e mitigare le distorsioni nella raccolta dei dati. Il corso fornisce, inoltre, competenze tecniche specifiche per l'analisi del sentimento della rete e per la gestione di metodologie di ascolto attivo quali i gruppi di discussione e i laboratori di partecipazione. Il corso dedica particolare attenzione allo sviluppo di soft skill fondamentali, quali la capacità di ascolto, il ragionamento critico. Tali competenze sono essenziali per interpretare correttamente i

bisogni degli stakeholder e per gestire la comunicazione strategica in contesti professionali dinamici, sia nel settore pubblico sia in quello privato.

A tal fine, il corso propone l'utilizzo di diverse metodologie di indagine e coinvolgimento, tra cui interviste individuali, esperimenti comportamentali, focus group e questionari, integrando approcci collaborativi quali il *world café* e l'*appreciative inquiry*. L'utilizzo del *business canvas* in un'ottica territoriale permette inoltre di mappare strategicamente il valore del sistema locale.

Il percorso formativo culmina in una fase di sintesi strategica in cui tirare le fila dell'intero lavoro di ascolto e analisi. Attraverso l'integrazione della matrice SWOT per l'analisi del contesto e l'adattamento del business canvas in ottica territoriale, i dati e le voci raccolte vengono trasformati in una narrazione coerente del territorio. In questo passaggio, la strategia viene sottoposta a tecniche di stress-test come il *pre-mortem*, che permette di anticipare criticità e derive narrative prima della messa a terra, garantendo che la narrazione stessa sia solida e resiliente. Inoltre, in questa fase ci saranno alcuni test sul gradimento delle storie. Tale sintesi servirà da base conoscitiva e creativa per la successiva fase di realizzazione tecnica del brand. Per questo il corso ha uno stretto collegamento con il percorso di city branding che il Comune di Alessandria ha intrapreso.

Il corso si articola in insegnamenti e attività pratiche come precisato nella tabella 1.

Tabella 1. Insegnamenti e attività pratiche

Insegnamento / Attività	Tipologia	Ore
Moduli Introduttivi comuni		
Economia e branding: i fondamentali	Lezione	2
City branding e marketing territoriale	Lezione	2
Area 1: Ragionamento Critico e Metodologie di Ascolto		
Economia comportamentale per il branding	Lezione	3
Tecniche di ascolto (esperimenti, interviste e raccolta dati)	Laboratorio	15
Area 2: Analisi dei Dati Digitali e Pensiero Analitico		
Economia comportamentale del digitale	Lezione	3
Sentiment Analysis e Web Listening	Laboratorio	15
Area 3: Sintesi, Narrazione e Validazione Strategica		
Economia della narrazione e strategia	Lezione	3
Laboratorio di Sintesi e Identità di Marca	Laboratorio	15
Modulo finale comune		
Conclusioni	Lezione	2

TOTALE COMPLESSIVO		60
---------------------------	--	-----------

Modalità di svolgimento

Le attività didattiche si svolgono in presenza. La verifica della presenza stessa viene effettuata tramite registro firme.

Sistema di valutazione e rilascio degli Open Badge

Il corso rilascia Open badge e un certificato di frequenza. Il corso adotta un sistema di valutazione continua basato sulla produzione di output operativi all'interno delle lezioni. Il rilascio di ogni singolo Badge è subordinato al superamento delle prove e alla frequenza di una soglia minima di 14 ore sulle 18 complessive previste per ciascuna area (Lezione + Laboratorio). Questo margine di flessibilità permette di gestire eventuali assenze senza compromettere la certificazione della singola competenza.

I badge rilasciati sono tre:

- **Badge in Ragionamento Critico e Metodologie di Ascolto**, legato alle attività dell'Area 1;
- **Badge in Analisi dei Dati Digitali e Pensiero Analitico**, legato alle attività dell'Area 2;
- **Badge in Sintesi, Narrazione e Validazione Strategica**, legato alle attività dell'Area 3.

L'attestato di frequenza al corso viene rilasciato a chi completa l'intero percorso di sessanta ore con una frequenza complessiva minima di quarantacinque ore e il conseguimento di tutti i Badge sopra elencati.

Descrizione dettagliata delle competenze per ciascun badge

1. Badge in Ragionamento Critico e Metodologie di Ascolto

Area di competenza: Economia comportamentale e regia organizzativa dei processi di ascolto.

Competenze tecniche: Conduzione di interviste e focus group; applicazione del metodo sperimentale per la validazione delle ipotesi sui bisogni degli stakeholder.

Gestione dei Tempi e Regia: Capacità di pianificare e coordinare la logistica dell'ascolto, garantendo il rispetto dei tempi tecnici necessari per una raccolta dati di qualità senza dispersioni.

Lavoro in Gruppo e De-biasing: Capacità di operare in team multidisciplinari, coordinando i ruoli e praticando un ascolto libero da pregiudizi, sospendendo il giudizio personale per far emergere la voce autentica del territorio.

2. Badge in Analisi dei Dati Digitali e Pensiero Analitico

Area di competenza: Web Listening e valutazione critica dei flussi informativi.

Competenze tecniche: Utilizzo professionale di strumenti di Sentiment Analysis e mappatura dei flussi digitali tramite la lente dell'economia comportamentale.

Efficacia Organizzativa e Tempi: Capacità di strutturare metodologicamente la raccolta dati e di produrre report sintetici rispettando scadenze serrate, tipiche della gestione dei flussi informativi digitali.

Lavoro in Gruppo e Valutazione Oggettiva: Capacità di confrontare criticamente le diverse letture del dato all'interno del team, mitigando i pregiudizi individuali per arrivare a un'interpretazione collettiva rigorosa e condivisa.

3. Badge in Sintesi, Narrazione e Validazione Strategica

Area di competenza: Economia della narrazione, co-progettazione e test del brand.

Strumenti di Sintesi: Padronanza della matrice SWOT e del Business Canvas territoriale per la codifica della narrazione di marca.

Pianificazione e Rispetto delle Scadenze: Capacità di gestire le fasi finali di sintesi strategica ottimizzando le risorse e garantendo la consegna di output completi nei tempi previsti dal piano di city branding.

Lavoro in Gruppo e Test delle Storie: Capacità di co-progettare narrazioni coerenti in team, sottoponendole a test sperimentali e alla tecnica del pre-mortem per validarne l'efficacia; attitudine a negoziare visioni divergenti per approdare a una strategia collettiva solida e resiliente.

Competenze Trasversali Certificate

Tutti i badge attestano la capacità di operare con:

Rigore Scientifico: Attitudine a validare ogni passaggio strategico tramite ipotesi e test.

Collaborazione Proattiva: Capacità di lavorare in gruppo riducendo l'impatto dei bias individuali e favorendo il coordinamento.

Efficienza Operativa: Gestione consapevole dei tempi e precisione nell'organizzazione dei flussi di lavoro.

Responsabile del Procedimento

Il Responsabile del Procedimento è individuato nel Responsabile dell'Ufficio Didattica del Polo di Alessandria, Dott. Paolo Paiuzzi.

PIANO AMMINISTRATIVO-FINANZIARIO

Periodo e sede di svolgimento del corso

Il corso di alta formazione denominato “Branding e ascolto pubblico” si svolgerà nell’anno 2026 (indicativamente da aprile ad ottobre). Le lezioni e i laboratori si terranno in presenza presso le aule del DIGSPES, Via Cavour 84, Alessandria.

Numero massimo e numero minimo di partecipanti

Il numero massimo dei partecipanti è pari a 100.

Il numero minimo di partecipanti per l’attivazione del corso è fissato in 5 unità.

L’agenzia Alexala, promotrice del progetto sul territorio, può indicare fino a 5 partecipanti.

Iscrizione e finanziamenti

La partecipazione al corso è gratuita per tutte/i le/gli iscritte/i. Il corso è integralmente finanziato tramite un contributo esterno erogato dall’agenzia Alexala, omissis.

Collaborazioni esterne

Il corso si avvale della collaborazione strategica di Alexala, che contribuisce alla progettazione didattica e al finanziamento delle attività. Il corso ha l’obiettivo di accompagnare il percorso di city branding attivato dal Comune di Alessandria per l’anno 2026.

Ammissione e iscrizione al corso

Le persone interessate devono inviare la domanda di ammissione, in forma libera (all’intero corso o a singoli pacchetti formativi), tramite e-mail, all’indirizzo city.branding@uniupo.it, allegando il proprio curriculum vitae. In seguito alla ricezione delle candidature, le/gli aspiranti partecipanti saranno contattate/i dal Direttore del corso per un colloquio conoscitivo e motivazionale. Il Direttore comunicherà l’accettazione della domanda alle/ai candidate/i ritenute/i idonee/i, che potranno così confermare la loro intenzione di partecipare al corso perfezionando l’iscrizione.

È ammessa l’iscrizione al corso nella sua interezza, a un insieme di moduli o a un solo modulo. L’iscrizione può avvenire fino a una settimana dall’inizio del singolo modulo (fino ad esaurimento dei posti), in base al calendario che sarà pubblicato sulla pagina del corso all’interno del sito del DiGSPES.

Gestione del corso

Il corso è gestito dal Consiglio di Corso composto dal Direttore, Prof. Marco Novarese, dal Dott. Marco Lanza, referente dell'agenzia Alexala e dal Dott. Cesare Torre, già Dirigente del Comune di Alessandria.

Il Consiglio seleziona le/i partecipanti e indica al Consiglio di Dipartimento le docenze, anche in base alle necessità del progetto di city branding. Il Consiglio del Corso inoltre definisce il calendario delle lezioni.

Afferenza amministrativa

La struttura di afferenza amministrativa è individuata nel Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali.

Omissis

Per copia conforme all'originale