

Dottorato multi impresa:

«CORPORATE STORYTELLING: possibilità e prospettive»

Sergia Adamo
Udine, Sala atti
4 aprile 2019

**PROGETTO
CONDIVISO**



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE
hic sunt futura



FONDAZIONE
FRIULI



Responsabile scientifico della ricerca

Sergia Adamo

Professoressa Associata

(Dipartimento di Studi umanistici)

Gruppo e rete inter-universitaria di ricerca:

Teorie della narrazione a confronto

Tematiche affrontate dal gruppo di ricerca

CORPORATE STORYTELLING, ovvero la narrazione aziendale verso l'esterno e verso l'interno

- *Presupposto*: la narrazione come dimensione fondamentale della comunicazione
- *Domande di ricerca*: Basta che sia una narrazione qualunque? Quali narrazioni funzionano e quali no? Perché?
- *Background*: indagine di teorie, forme, varietà e possibilità delle narrazioni
- Specificamente:
 - Come si declina tutto questo nella dimensione del corporate storytelling?
 - In che modo questa competenza può essere messa a disposizione delle aziende interessate?

Strutture di ricerca

- DIUM - Udine
- DiSU - Trieste

In collaborazione con:

- Università la Sapienza - Roma
- Università del Piemonte orientale
- Business School - The University of Norwich (UK)

Obiettivi dell'attività di ricerca del dottorato multi impresa

- Mappatura di casi di studio di corporate storytelling (interno ed esterno) presenti sul mercato
- Analisi delle strutture e delle forme narrative adottate
- Analisi della ricezione
- Definizione di un repertorio delle forme e modalità più ricorrenti di corporate storytelling
- Valutazione del “successo” narrativo delle forme catalogate nel repertorio

- Per arrivare a:
 - > Valutazione specifica con le singole aziende delle singole pratiche di storytelling
 - > Proposte concrete orientate sulla singola azienda

Attività di ricerca

- Primo anno: mappatura del corporate storytelling sul mercato
- Secondo anno: analisi delle forme e dei modi ricorrenti + definizione del successo “narrativo”
- Terzo anno: messa a punto di specifici progetti e proposte mirate per le singole aziende
- **N.B.** le proposte mirate non si limiteranno all’ultima parte della ricerca, ma verranno proposte di volta in volta, seconde le esigenze specifiche dell’azienda, per essere poi definite in progetto strutturato nel terzo anno

Risultati attesi

- Come viene praticato il corporale storytelling verso l'esterno e verso l'interno?
—> *la mappatura, la costruzione del corpus e il repertorio ce lo diranno*
- Quali forme di corporale storytelling funzionano e quali no? Perché?
—> *l'analisi della ricezione ci darà delle risposte*
- Come potremo mettere a disposizione della singole aziende le conoscenze acquisite?
—> *gli incontri periodici ci permetteranno di creare un dialogo costante e venire incontro alle esigenze delle singole aziende*

Ma soprattutto:

Alla fine della ricerca ogni azienda riceverà una **proposta concreta, mirata e specifica** per un **progetto di corporale storytelling** interno ed esterno **funzionale alle specifiche esigenze** emerse nel corso della ricerca e degli incontri periodici, con un **rapporto costi-benefici** estremamente **vantaggioso** per la singola azienda. Il **valore aggiunto** della proposta risiede nella ricerca dell'**originalità** che può imporsi e dell'**innovatività** dello storytelling proposto.

Vantaggi per le imprese

In generale:

- Aggiornamento semestrale sulle ricerche condotte dal dottorando o dalla dottoranda.
- Appartenenza a un network che coinvolge anche altre imprese e anche altri centri di ricerca.
- Possibilità di prendere contatto con giovani studiosi e studiose altamente qualificati, originali e innovativi.
- Contatto con il mondo accademico che può portare all'azienda ulteriori opportunità future (come ad esempio la partecipazione a progetti congiunti su bandi europei).
- Accedere a benefici fiscali per le erogazioni liberali in favore della ricerca universitaria.
- Ritorno di immagine per aver collaborato con l'Università.

Per la specifica tematica:

- Offerta di un **progetto di corporate storytelling** concreto, specifico, mirato sulle esigenze dell'azienda e basato sulla ricerca
- Possibilità di avvalersi di **competenze innovative**, non disponibili sul mercato della consulenza in ambito di comunicazione corporate, mirate alla ricerca dell'**originalità**
- **Rapporto costi-benefici** estremamente **vantaggioso** per le aziende in termini di ritorno di immagine, grazie allo storytelling elaborato

Contatti

Sergia Adamo

email: adamo@units.it

*Se la proposta è di
interesse, compila
il modulo e
consegnalo allo
staff!*



puntoimpresa@uniud.it

Tel. 0432 556394

www.uniud.it/puntoimpresa

