

Particolarmente impegnativo e stimolante il programma d'aula del Master in Direzione e Gestione di Impresa (MDGI) nel mese di aprile. Nel corso della prima settimana, per il Modulo **Nuove TV - Media Marketing** (Sofà-TV, Desktop TV, Hand-TV, FastWeb TV, trend in atto e scenari futuri) si sono svolte due giornate full time curate da uno dei massimi esperti nazionali del settore, l'ing. **Angelo Busato, Direttore TV Experience FastWeb**. Da lunedì 7 avrà poi inizio il modulo **New Product Development**, che impegnerà gli allievi del Master fino al prossimo mese di maggio. Organizzati in gruppi e assistiti da esperti qualificati, gli allievi vengono sfidati a percorrere l'intero processo di ideazione, industrializzazione e lancio di un prodotto nuovo. In tal modo, partendo dalla piena identificazione del fabbisogno espresso dall'*Azienda dell'Anno*, i work-team effettuano il piano di sviluppo del nuovo prodotto percorrendo le tappe salienti che coinvolgono via via le funzioni strategiche aziendali. In precedenti edizioni del Master hanno aderito aziende di anche grandissima rilevanza internazionale quali **Alessi, Guzzini, Clementoni, Polaroid Eyewear, Sector, 3M Italia**. Per l'edizione in corso, sarà Azienda-Sponsor la **Cafè do Brasil SpA**, di cui basterà citare per tutti l'affermatissimo brand **Kimbo**. Proprio presso la sede dell'azienda, lunedì 7 aprile, è previsto il job-meeting in cui gli allievi riceveranno l'input da cui partirà la sfida che li impegnerà per un mese; al termine del quale sarà la stessa azienda a conferire il riconoscimento di *winner* al team di allievi del Master MDGI che avrà sviluppato un'idea-vincente. L'incontro tra MDGI e Kimbo, che in tale occasione così si realizza, costituisce anche una sorta di ricongiungimento ideale. Molti anni fa infatti, presso la Facoltà di Ingegneria della

Le attività di Stoà

Un intenso mese di aprile al Master in Direzione e Gestione di Impresa

Federico II, svolse la sua tesi di laurea, sulla *industria del caffè*, l'ing. **Michele Rubino** - oggi Amministratore Delegato della Cafè do Brasil SpA - che ebbe come relatore il prof. **Marcello Lando**, all'epoca in cattedra nell'Università di Napoli, oggi docente alla Luiss Guido Carli di Roma e Direttore del Master Stoà in Direzione e Gestione di Impresa.

Web 2.0 e turismo

"È nato un nuovo tipo di turista, che non solo raccoglie e confronta informazioni utilizzando Internet, ma diventa produttore di informazioni, di contenuti, di consigli, di racconti entusiastici e di "stroncature" che raggiungono ogni capo del mondo. La tecnologia che diffonde i contenuti generati dagli utenti e le "conversazioni" dei viaggiatori, sarà una un'opportunità eccezionale per i migliori operatori turistici e una minaccia seria per quelli che non sapranno innovare i propri modelli di marketing". Così **Enrico Viceconte**, responsabile sviluppo nuovi programmi Stoà, ha introdotto il tema del marketing post-turistico nell'ambito della tavola rotonda **"MKTG 2.0: Nuovi strumenti di comunicazione online per le imprese turistiche"** organizzato il 14 marzo da Stoà e dal Gruppo Giovani Imprenditori dell'Api Napoli, insieme ad Api Napoli, IPSEA e Lauro.it. Alla base del concetto di web 2.0, da cui prende spunto il termine marketing 2.0 del titolo del convegno, c'è l'idea di un nuovo profilo di utente, che assume

un ruolo sempre più attivo e diventa protagonista e produttore dei contenuti in rete. Il confine tra chi produce e chi consuma contenuti tende a sfumare; i lettori diventano creatori e contribuiscono alla generazione di valore.

"Circa il 40 per cento degli acquisti mondiali fatti sul web nell'ultimo anno riguarda il settore turistico. Questo dato è sufficiente a comprendere la necessità di focalizzare

gran parte delle strategie di comunicazione di un'impresa del settore sui nuovi strumenti del web marketing, ancora poco esplorati nella nostra regione, come in gran parte del sud dell'Europa" ha precisato **Antonio Popolla**, general Manager IPSEA. Queste le tematiche delle quali si è discusso nel corso della tavola rotonda, che ha messo a confronto le esperienze degli imprenditori e degli esperti del settore.