

‡ *La nuova Roma*



di **Carlo Alberto Pratesi**

Se a scuola si impara a fare vero marketing

L'alternanza scuola-lavoro ha scatenato diverse polemiche, ma resta fra le innovazioni più interessanti della Buona Scuola. Se in alcuni casi non funziona è perché non si sono ancora trovate modalità innovative per attuarla. Un esperimento ben riuscito è nato dalla collaborazione tra il dipartimento di Studi Aziendali di Roma Tre e alcuni istituti scolastici di Roma e provincia (Matteucci, Verne, Frammartino di Monterotondo e l'ex Seneca di via Albergotti): 50 studenti, dopo una breve formazione di marketing, affiancati da studenti universitari si sono lanciati in attività di consulenza per micro-attività imprenditoriali. Fra le iniziative, diverse campagne promozionali sui social che fatto promosso aumenti della clientela di centri estetici, parrucchieri e pasticcerie. Un team in poche settimane ha addirittura raddoppiato i clienti di un ristorante solo riprogettandone il menu.

