

SEDE **NOVARA**

A.A. 2020/2021

Silvana Macri	Comunicazione pubblicitaria	6
DOCENTE	MATERIA	CFA

Obiettivi formativi 1° modulo semestrale

Fornire i fondamenti e i profili della materia.

Obiettivo della prima parte del corso è trasmettere la conoscenza della materia anche sotto il profilo storico e delle e principali metodologie per capire l'evoluzione e disporre degli strumenti per un aggiornamento costante all'interno dell'attuale panorama della comunicazione pubblicitaria d'impresa.

Vedremo cosa e quanti cambiamenti ha portato il digitale, in termini di linguaggio, progettazione del messaggio e gestione dei mezzi. Parleremo di brand e di posizionamento sul mercato.

Obiettivi formativi 2° modulo semestrale

Cognizione e pratica della comunicazione pubblicitaria.

Nella seconda parte de corso, ormai dotati dei principali strumenti necessari, si entrerà nel cuore della materia.

Passeremo dalla teoria alla pratica: dallo studio di alcune case histories di differenti settori capiremo il processo che porta - passando dall'analisi alla sintesi - alla realizzazione di un prodotto di comunicazione pubblicitario. Particolare attenzione verrà dato - anche in un'ottica di sviluppo di Personal Branding - all'Archetypal Marketing e alla definizione dell'audience target.

Contenuti	Ore
Dalla pubblicità alla comunicazione pubblicitaria	4
Profilo storico e metodologie	8
Brand idea e Brand design	4
Marketing - mercato e posizionamento	6
Personal Branding	4
Mezzi e canali	2
Archetypal Branding e connessioni emotive	4
Target / Audience - Buyer Personas	4

Comunicazione visiva e Landing Page	4
Call to Action	2
Digital Adverting	12
Comunicazione d'impresa e Crowdfunding	6
Totale ore di lezione frontale	60

Bibliografia

Testi obbligatori

- Verranno inoltre fornite le dispense del corso

Testi di consultazione e approfondimento

- *HAPÙ Manuale di tecnica della comunicazione pubblicitaria*, Marco Vecchia, ed. Lupetti
- *Dallo Spot al Post. La pubblicità dopo i Social Media*, Giuseppe Mayer, ed. LSWR
- *Storytelling Design Thinking Copywriting – Modelli innovativi di comunicazione creativa per il lavoro e per la vita*, Deda Fiorini, ed. Dario Flaccovio Editore

Siti internet

- *The Cluetrain Manifesto* <http://www.cluetrain.com/>

Criteri di attribuzione dei crediti (breve descrizione degli elaborati progettuali previsti, solo per le discipline teorico-pratiche, e dei temi di approfondimento oggetto dei lavori di ricerca)

Si richiede la presentazione dei seguenti 2 progetti:

1. PROGETTO "PERSONAL BRANDING"

Realizzazione di una "personal swot analysis", di una mappa mentale e di un cv creativo

2. PROGETTO ADVERTISING

- prodotto: CORSO ONLINE (a scelta dello studente)
- definizione del target
- descrizione obiettivo di marketing e di comunicazione
- campagna pubblicitaria su un mezzo
- layout landing page

FIRMA DOCENTE

