

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	SILVANA MACRI	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Obiettivo del corso è trasmettere la conoscenza della materia a partire dal profilo storico e delle e principali metodologie per comprendere i cambiamenti e orientarsi nel complesso e strutturato panorama della comunicazione pubblicitaria attuale.

Vedremo quanti cambiamenti ha portato il digitale, in termini di linguaggio, progettazione del messaggio e gestione dei mezzi. Parleremo di brand, di posizionamento sul mercato, di tone of voice e della differenza tra obiettivi di marketing e obiettivi di comunicazione.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

Il corso condurrà lo studente dalla teoria alla pratica: dalla conoscenza del profilo storico e delle principali metodologie alla capacità di leggere un brief e di formulare una proposta di comunicazione d'impresa.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Conoscenza di base di un programma di grafica per realizzare presentazioni e bozze di locandine.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

- Dalla pubblicità tradizionale alla comunicazione pubblicitaria in un contesto ibrido
- Digital advertising
- Brand e Personal Branding

ARGOMENTI ►

- Pubblicità: alla ricerca di una definizione
- Profilo storico e metodologie (corrente scientifica, corrente estetica, il concetto di "impatto", rivoluzione creativa, brand image e brand personality)
- Mezzi e Canali
- Marketing – mercato e posizionamento (dalle classe 4P alle "nuove P": purple – people – purpose)
- Archetypal marketing
- Buyer Personas e Audience target
- Internet e il Digital advertising - Website e Landing Page, Funnel e Call to Action, Social media

METODI DIDATTICI ►

Lezioni frontali - Esercitazioni sui temi trattati

BIBLIOGRAFIA ►

- Slide del corso
- *HAPÙ Manuale di tecnica della comunicazione pubblicitaria*, Marco Vecchia, ed. Lupetti
- *Pubblicità: teoria e tecniche*, a cura di Mauro Ferraresi, ed. Carocci
- *Invertising – Ovvero, se la pubblicità cambia il suo senso di marcia*, Paolo Iabichino, ed. Guerini e Associati
- *Scripta Volant – Un nuovo alfabeto per scrivere (e leggere) la pubblicità oggi*, Paolo Iabichino, ed. Codice
- *#Ibridocene – La nuova era del tempo sospeso*, Paolo Iabichino, ed. Hoepli
- *Marketing 4.0 – Dal tradizionale al digitale*, Philip Kotler, ed. Hoepli
- *Brand Activism – Dal Purpose all'Azione*, Philip Kotler, ed. Hoepli
- *Marketing 5.0 – Tecnologie per l'umanità*, Philip Kotler, ed. Hoepli
- *Onlife Fashion – 10 regole per un mondo senza regole*, Philip Kotler, ed. Hoepli
- *La mucca viola – Farsi notare (e fare fortuna) in un mondo tutto marrone*, Seth Godin, ed. Sperling & Kupfer
- *Tutte le Palle del Marketing*, Seth Godin, ed. Sperling & Kupfer
- *Storytelling d'impresa – La nuova guida definitiva verso lo storytelling*, Andrea Fontana, ed. Hoepli
- *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/>