UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Advertising

2021-2-E2004P024

Area di apprendimento

1**:** Studio delle modalità mediante le quali si attua la comunicazione

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

· Conoscenza delle fasi di lavoro e delle figure coinvolte nella realizzazione di una campagna pubblicitaria: dalla formulazione della strategia allo studio creativo.

· Il ruolo della pubblicità sul brand e sul prodotto nella moderna società dei consumi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di formulare un progetto strategico e di sviluppare delle idee creative per la pubblicizzazione di brand e prodotti.

Contenuti sintetici

Si descriveranno struttura, ruoli e competenze richieste per la realizzazione di una campagna di comunicazione.

Verranno prese in esame differenti tipologie di campagne pubblicitarie su vari canali digitali (social media, display, etc) e offline (affissione, stampa, TV, punto vendita, etc).

Al tutto verrà dato un taglio focalizzato al superamento degli stereotipi ancora ricorrenti, per favorire maggiore attenzione e preparazione verso le tematiche dell'Inclusione delle Diversità.

Programma esteso

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Durante il periodo di emergenza COVID-19, le modalità didattiche verranno definite e aggiornate sulla base delle regole di Ateneo

Modalità di verifica dell'apprendimento

È richiesta la partecipazione attiva ad almeno il 75% delle lezioni.

Testi di riferimento

Letture di approfondimento verranno fornite durante il laboratorio