



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Pubblicità

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**

Lecture di approfondimento verranno fornite durante il laboratorio

---