

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
ART DIRECTION	GIUDETTI	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ► Obiettivo del corso è quello di apprendere le regole della Comunicazione pubblicitaria Above e Below the line e applicarle in un progetto. Alla fine del corso lo studente dovrà essere in grado di progettare e pianificare una campagna pubblicitaria per Social.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

Gli spot realizzati a budget zero dagli studenti, in collaborazione con clienti reali, potranno essere inseriti nel loro portfolio/CV professionale. A questo scopo, nell'anno a.a. 2021/2022 si propone una collaborazione con la rivista Confidenze, il ristorante NABI e un negozio di abbigliamento vintage, a Milano.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

È utile (non indispensabile) possedere un glossario pubblicitario di base

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

Il corso tratterà l'evoluzione e il cambiamento della Comunicazione pubblicitaria degli ultimi 20 anni. Partendo da una concezione di advertising più tradizionale si arriverà alle più recenti strategie comunicative di unconventional advertising di Guerriglia e Viral Marketing e di come queste utilizzino i Social Network.

ARGOMENTI ►

Cosa significa fare pubblicità. Struttura di un'agenzia pubblicitaria: ruoli	4 ore
Il messaggio al centro: Promessa, Mission, Reason why, Supporting evidence, Tono di voce. Obiettivo.	10 ore
Provocare per incuriosire: la famiglia in pubblicità è la stessa di 20 anni fa?	10 ore
Target group e target audience: definizione del target (variabili comportamentali, demografiche, psicografiche) Prescrittori, Influencer etc	6 ore
Storytelling. Guerriglia e Viral marketing. Branded entertainment.	10 ore

Laboratorio di Storytelling e progettazione campagne pubblicitarie

20 ore

METODI DIDATTICI ►

Analisi di campagne pubblicitarie dagli anni '90 ai giorni nostri. Analisi di Mediaplanning. Progettazione campagne above the line e below the line. Nella fase laboratoriale, realizzazione spot di Storytelling.

BIBLIOGRAFIA ►

- Dispensa a cura del docente: Art Direction ieri, oggi, domani (aggiornata ad ottobre 2021, con Glossario di Digital Marketing)
- Creatività e design della comunicazione. Le professionalità di un art director di M. Diotto (libreriauniversitaria.it edizioni)
- Boasso-Saracino, Social Media Marketing, Apogeo (approfondimento)

• **SITOGRAFIA:**

www.dnaitalia.com

www.ninjamarketing.it

Paolo Guatteri