

# Comunicazione pubblicitaria per la moda

Professore

Vincenzo D'Arrò

**CODICE ABPC 67**

---

CREDITI

8

ORE

60

## Syllabus

### —Obiettivi formativi

Il corso ha lo scopo di fornire agli studenti conoscenze teoriche e metodologiche per interpretare le problematiche tipiche della gestione della comunicazione pubblicitaria, nell'ottica delle imprese e delle organizzazioni. L'obiettivo è quello di fornire una visione complessiva del mercato pubblicitario, delle principali tipologie di attori e delle dinamiche evolutive in atto nel settore. Una particolare attenzione viene dedicata ad analizzare il ruolo sinergico della comunicazione pubblicitaria rispetto alla strategia di marketing e d'impresa. Inoltre il corso approfondisce i singoli aspetti della definizione della strategia di comunicazione e della pianificazione media. A tal proposito vengono affrontate le specificità dei media e dei processi di negoziazione che caratterizzano l'attività di buying degli spazi pubblicitari. Coerentemente con gli obiettivi del corso, si vuole fornire agli studenti la conoscenza dello stretto legame che intercorre tra pubblicità e mondo della moda. Evidenziando le strategie pubblicitarie utilizzate dalle grandi griffe.

### —Modalità di svolgimento

Lezioni frontali in aula.

I semestre: 1<sup>a</sup>–8<sup>a</sup> settimana (lunedì, martedì e mercoledì) ore 10.30-12.50

### —Modalità esame

Lo svolgimento dell'esame è orale.

### —Prerequisiti richiesti

Nessuno.

## —Frequenza delle lezioni

La frequenza è obbligatoria non inferiore all'80 per cento della totalità delle attività formative, con esclusione dello studio individuale. Per un massimo di 25 ore (5 lezioni).

## —Contenuti del corso

---

- Definizione di pubblicità
- Storia della pubblicità
- Il mondo pubblicitario ed i suoi attori
- Le principali agenzie pubblicitarie
- Il committente e l'emittente
- I target della pubblicità
- Analisi degli atteggiamenti del pubblico
- La creazione del messaggio pubblicitario
- I canali pubblicitari.
- Storia del legame tra moda e pubblicità
- Le campagne pubblicitarie delle grandi griffe

## —Testi di riferimento obbligatori

Marco Vecchia, *Hapù. Manuale di tecnica della comunicazione pubblicitaria*, Lupetti, 2003.

Vanni Codeluppi, *Moda & pubblicità. Una storia illustrata*, Carocci editore, 2016.

Gianni Puglisi, *I modi della moda*, Sellerio editore, 2001.

## — Strumenti per studenti con disabilità e/o DSA

Gli studenti con disabilità e/o DSA (Disturbi Specifici dell'Apprendimento) sono supportati da docenti e tutor attraverso la consulenza con il CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata).

Gli studenti interessati possono chiedere al docente di riferimento, anche attraverso il proprio tutor dove assegnato, un colloquio personale, mediante mail istituzionale, in modo da programmare insieme obiettivi didattici ed eventuali strumenti compensativi e/o dispensativi, in base alle specifiche esigenze.

Tale colloquio sarebbe opportuno che avvenisse prima dell'avvio delle lezioni o comunque non oltre la prima settimana di corso, al fine di attivare eventuali misure a garanzia di pari opportunità sia per le lezioni che per gli esami. Per rivolgersi direttamente al CInAP è possibile utilizzare la mail istituzionale [cinap@abacatania.it](mailto:cinap@abacatania.it)

Corsi

Fashion design

PRIMO LIVELLO / CODICE DAPL06 / 180 CREDITI