

# — Syllabus

Dipartimento di Progettazione e arti applicate

DAPL06—

Diploma Accademico di Primo livello in Fashion design

**corso in Fashion design**

## **Comunicazione pubblicitaria per la moda**

**Codice ABPC 67 — 60 ore 8 CFA**

a.a. 2022–2023

### **Professore Vincenzo D'Arrò**

di ruolo di Metodologie e tecniche della comunicazione (ABPC 67)

Posta elettronica istituzionale (PEO): [vincenzodarro@abacatania.it](mailto:vincenzodarro@abacatania.it)

Orario di ricevimento: ogni lunedì dalle 13:00 alle 14:00

Sede: Via Franchetti

### **— 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 dell'insegnamento**

Lezioni frontali in aula.

I semestre: 1a–6a settimana (giovedì, venerdì) ore 14:00 – 17.45

### **— Modalità esame**

Lo svolgimento dell'esame è orale

### **— Prerequisiti richiesti**

Nessuno.

### – Frequenza lezioni

La frequenza è obbligatoria, non inferiore all'80% della totalità della didattica frontale come previsto da palinsesto, con esclusione dello studio individuale come da Art.10 del DPR n. 212 del 8 luglio 2005.

### – Contenuti e programmazione del corso

1. Definizione di pubblicità	7. Analisi degli atteggiamenti del pubblico
2. Storia della pubblicità	8. La creazione del messaggio pubblicitario
3. Il mondo pubblicitario ed i suoi attori	9. I canali pubblicitari
4. Le principali agenzie pubblicitarie	10. Storia del legame tra moda e pubblicità
5. Il committente e l'emittente	11. Le campagne pubblicitarie delle grandi griffe
6. I target della pubblicità	

### – 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 o DSA (Disturbi Specifici dell'Apprendimento) sono supportati da professori e da tutor (se assegnati) attraverso la consulenza con il CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata).

Gli studenti possono, mediante e-mail istituzionale eventualmente anche attraverso i tutor, chiedere al professore del corso un colloquio in modo da concordare 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 e comunque non oltre la prima settimana di corso.

Per rivolgersi direttamente al CInAP è possibile utilizzare la mail istituzionale [cinap@abacatania.it](mailto:cinap@abacatania.it)