

— Syllabus

Dipartimento di Progettazione e arti applicate

DAPL06—

Diploma Accademico di Primo livello in Design della comunicazione visiva

corso in Design della comunicazione visiva

Comunicazione pubblicitaria 2

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

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

Sede: Via Franchetti

— Obiettivi formativi

Il corso si propone di far conoscere agli studenti non solo la storia della pubblicità, ma presentare l'universo pubblicitario in un'ottica globale. Chiamando in causa i padri fondatori della moderna pubblicità e le principali agenzie del settore. Si farà un viaggio seguendo le orme delle star della pubblicità da Bill Bernbach a David Ogilvy, da Jaques Séguéla a Saatchi & Saatchi, da Leo Burnett ad Armando Testa. Inoltre si focalizzerà l'attenzione sul ruolo preponderante dello storytelling e della narrazione, per la creazione di spot accattivanti ed efficaci. Evidenziando il ruolo fondamentale che la strategia narrativa assume per la promozione ed il successo del brand di un'azienda.

— Modalità di svolgimento dell'insegnamento

Lezioni frontali in aula.

I semestre: 9a–14a settimana (giovedì, venerdì) ore 08:45 – 12:30

— 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. I pionieri della persuasione	12. La scena italiana
2. Le origini della pubblicità	13. La scena spagnola
3. Dalla propaganda alla pubblicità di prodotto	14. La scena sudamericana
4. L'eredità di J. Walter Thompson	15. La scena giapponese
5. L'aristocrazia di Madison Avenue	16. Miti e valori
6. La scuola scientifica	17. Empatia
7. I rivoluzionari della creatività	18. Cambiamento
8. La scuola di Chicago	19. Strumenti
9. La scena statunitense	20. Processi della brand narrative
10. La scena inglese	21. Il segreto dell'onda
11. La scena francese	

– Testi di riferimento obbligatori

MARK TUNGATE, Storia della pubblicità, Franco Angeli, 2017

ALESSANDRO BOLLO, Il marketing della cultura, Carocci editore, 2012

ALBERTO DE MARTINI, Brand Narrative Strategy. Il segreto dell'onda, Franco Angeli, 2017

– 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