

1	<b>COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA</b>
2	OBBLIGATORIO
3	LIVELLO EQF 6
4	1
5	2
6	6
7	REANTO SARLI
8	-
9	FRONTALE
10	-
11	<p>Principi di teoria della comunicazione: emittente, ricevente, messaggio, feed-back, mezzo, disturbo. Dallo scambio alla relazione. Gli elementi che regolano la comunicazione e l'evoluzione della comunicazione in relazione all'evoluzione dei mezzi di comunicazione.</p> <p>Cenni alla storia della pubblicità e alla sua evoluzione in Italia, analisi dei diversi linguaggi.</p> <p>Il target group, dalla segmentazione del mercato alla definizione del pubblico di riferimento. La comunicazione e i diversi target group.</p> <p>Posizionamento strategico, value proposition e confronto con la strategia di marketing.</p> <p>Costruire una copy strategy. Elementi imprescindibili: vantaggio competitivo e consumer benefit, reason why, supporting evidence, tone of voice, consumer response.</p> <p>La struttura dell'agenzia pubblicitaria, i ruoli e l'interazione. Esercitazioni sul posizionamento e sulla value proposition Dall'insight all'idea creativa, il key concept</p> <p>Esercitazioni per lo sviluppo di una strategia di comunicazione</p> <p>Dalla strategia di comunicazione al coordinamento. Il concetto di brand esteso.</p> <p>Approfondimento sulla copy strategy</p> <p>Definire un budget pubblicitario. Dall'analisi del target e del contesto alle scelte media</p>
12	-
13	-
14	-
15	ITALIANO