

NOME DEL CORSO	ART DIRECTION 2
TIPOLOGIA	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Biennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2022/2023
DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)	Annuale
CREDITI	12
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Diego Ruggeri
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	Obiettivo del corso è quello di mostrare un metodo con cui affrontare qualsiasi progetto digitale. Partendo da un approccio di design centrato sull'utente e su una visione sistemica il programma delle lezioni si struttura sul modello a doppio diamante tipico del Design Thinking, diviso in 5 step: Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test.
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO	In presenza
PREREQUISITI	<p>Possesso del diploma di laurea di I livello.</p> <p>Il biennio di specializzazione propone un percorso formativo che porterà gli allievi al raggiungimento del livello richiesto dal mercato, sviluppando skills indispensabili come:</p> <ul style="list-style-type: none"> - capacità progettuale - abilità creative - capacità di gestione del lavoro in team - conoscenza dei software - conoscenza dei linguaggi e della tecnologia digitale - capacità di gestione delle campagne adv multimediali - capacità di gestione degli strumenti della rete - know-how legato alla cultura digitale
PROGRAMMA DEL CORSO	<p>Sviluppa dei contenuti relativo a campagne multicanale. Dal brief, all'analisi dei contenuti e delle risorse, al progetto creativo, alla sua pubblicazione sui differenti canali.</p> <p>Gestione e definizione dello stile creativo e di comunicazione di un progetto digitale complesso, lavorando e condividendo esperienze in team, affrontando dinamiche creative e tecnologiche orientate al web, al mobile, all'interaction design.</p> <p>Il corso si occupa della "risoluzione" del problema creativo che sta alla base di un'azione di marketing nel mondo digitale.</p> <p>Insegna a coordinare il team di lavoro al fine di raggiungere gli obiettivi dichiarati.</p> <p>Gli studenti, sviluppano i progetti, lavorando in sinergia con gli altri corsi del biennio.</p> <p>Quest'anno, grazie ad incarichi istituzionali, orientiamo la didattica a progetti per istituzioni: abbiamo iniziato con il sistema corporate per una start up che si occupa di Nutraceutica per UNIBS: con loro ci occuperemo di naming, di marchio e logo istituzionale e della relativa applicazione agli strumenti di comunicazione: dalla carta al web.</p>



EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	Marketing reloaded: Leve e strumenti per la cocreazione di esperienze multicanale. Andrea Boaretto, Giuliano Noci, FABrizio MARIa Pini Marketing 5.0. Tecnologie per l'umanità di Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME	Presentazione di un book digitale con la presentazione e l'analisi degli elaborati delle campagne svolte in corso d'anno.
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	ART DIRECTION 2
TITLE	Mandatory
CYCLE	Second (Master)
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2022/2023
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Annual
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	12
NAME OF LECTURER(S)	Diego Ruggeri
LEARNING OUTCOMES	The course's goal is to learn a method for facing any digital project starting from a user-centred design approach. The program of the lessons is structured on the double diamond model typical of Design Thinking, divided into 5 steps: Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test.
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	Possession of the first level degree. The Master offers a training-path that will lead students to the achievement of a level required by the market, developing fundamental skills such as: <ul style="list-style-type: none"> - planning ability - creative skills - team work management skills - knowledge of software - knowledge of languages and digital technology - management of multimedia advertising campaigns - Management capacity of network tools - know-how linked to digital culture
COURSE CONTENT	Develop content related to multichannel campaigns. From the brief to the analysis of content and resources, to creative project, to its publication on the different channels. Management and definition of creative style and communication of a complex digital project, working and sharing experiences in teams, addressing creative and technological oriented dynamics web, mobile, interaction design. The course deals with the "resolution" of the problem creative that is the basis of a marketing action in the digital world. Coordinate the teamwork in order to achieve the stated objectives. Students develop projects, working in synergy with the other courses of the biennium. This year, thanks to institutional assignments, we teaching projects for institutions: we started with the corporate system for a start up that deals with Nutraceutical for UNIBS: with them we will deal with Naming, trademark and institutional logo and related



	application to communication tools: from paper to the web.
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	Marketing reloaded: Leve e strumenti per la cocreazione di esperienze multicanale. Andrea Boaretto, Giuliano Noci, FABrizio MARia Pini Marketing 5.0. Tecnologie per l'umanità di Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Presentation of a digital book with the analysis of the reports of the campaigns carried out in year-course.
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

