**Laboratorio di Progettazione di testi e campagne pubblicitarie**

***DOCENTE***

Stefania Bastianelli, Client Service Director – Sudler&Hennessey Milano

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Sappiamo davvero cos’è la pubblicità? Sappiamo dove si colloca all’interno del mondo produttivo ed economico? Sappiamo capirla, intendere le sue diverse parti? Ma, soprattutto, da grandi vogliamo fare i pubblicitari?

Questo breve laboratorio si propone di spiegare come si costruisce un messaggio pubblicitario sia sul versante di marketing sia, più specificatamente, dal punto di vista narrativo.

Se ogni pubblicità è una piccola storia, la *brand image* è l’intera biografia di una marca: da qui la necessità di costruire racconti credibili, che reggano l’urto del mercato, che rispecchino la natura intrinseca del prodotto (da quello che fa a dove lo si vende) e che facciano diventare un prodotto un *Prodotto Desiderabile*.

Ed è nella costruzione di uno spot pubblicitario da 30 secondi che daremo prova di aver compreso la struttura del messaggio pubblicitario. Come? Realizzando una sceneggiatura coerente con quanto appreso e che rifletta gli snodi fondamentali della narrazione di una marca.

Risultati di apprendimento attesi

* Conoscenza degli elementi di base della comunicazione pubblicitaria
* Capacità di identificare le parti di uno spot televisivo
* Capacità di progettare un messaggio pubblicitario in forma di video

***CONTENUTI***

Ruolo della pubblicità, ruolo delle agenzie, il brief

Teorie pubblicitarie

Strategia di comunicazione ed elementi di marketing

La costruzione dello spot oggetto del corso

***DIDATTICA***

Frontale, interattiva, lavori di gruppo

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione avverrà sulla base di

1. Partecipazione e proattività durante il corso (50%)
2. Elaborato finale (di gruppo), consistente nella realizzazione di una sceneggiatura per uno spot da 30 secondi su temi dati (50%)

***PERIODO DI EFFETTUAZIONE***

Secondo semestre