# Teoria e tecniche della promozione dell’immagine

## Prof. Stefano Biancu; Prof. Simona Baroni

### I Modulo: Prof. Stefano Biancu

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

Il primo modulo si propone di fornire agli studenti le coordinate teoriche utili ad affrontare lo studio delle tecniche di promozione dell’immagine che saranno approfondite nel secondo modulo. Il primo modulo può essere scelto anche come insegnamento semestrale a sé stante.

Al termine del modulo, lo studente sarà in grado di descrivere le coordinate antropologiche fondamentali del rapporto che l’essere umano intrattiene con l’immagine, di individuare i grandi paradigmi interpretativi che si sono succeduti in riferimento a questo tema in Occidente, di apprezzare la rilevanza di tale spessore antropologico e simbolico dell’immagine in fenomeni sociali ed economici come la comunicazione pubblicitaria, comprendendoli dunque quali fenomeni non semplicemente settoriali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il modulo si propone di approfondire lo statuto simbolico dell’immagine, con particolare attenzione all’immagine pubblicitaria.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

S. Biancu-A. Grillo, Il simbolo, San Paolo, Cinisello Balsamo, 2013, pp. 13-99.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/il-simbolo-9788821578304-182971.html)

M. Morelli, L’immagine dell’impresa. Le leve strategiche della comunicazione nell’epoca del cambiamento, F. Angeli, Milano, 2002 (disponibile in ebook).

R. Débray, Vita e morte dell’immagine: una storia dello sguardo in Occidente, Il Castoro, Milano, 2010.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/regis-debray/vita-e-morte-dellimmagine-una-storia-dello-sguardo-in-occidente-9788831280013-696172.html)

A. Grillo-G. Bonaccorso, La fede e il telecomando. Televisione, pubblicità e rito, Cittadella Editrice, Assisi, 2001.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/grillo-andrea-bonaccorso-giorgio/la-fede-e-il-telecomando-televisione-pubblicita-e-rito-9788830807082-278378.html)

P. Florenskij, Il valore magico della parola, Medusa, Milano, 2003.

Materiali forniti a lezione e messi a disposizione nell’aula virtuale del docente.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali, presentazioni di casi-studio a cura degli studenti.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’accertamento dei risultati di apprendimento sarà effettuato attraverso un esame orale e – nel caso di studenti che abbiano frequentato almeno i ¾ del corso e che abbiano presentato a lezione dei casi-sudio concordati con il docente – anche sulla base dei lavori scritti da essi prodotti. La valutazione finale terrà conto: 1) del grado di conoscenza di quanto detto a lezione, 2) del grado di conoscenza della bibliografia indicata, 3) della capacità di selezionare e interpretare i casi-studio alla luce di quanto appreso a lezione.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone comunque interesse e curiosità intellettuale.

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Stefano Biancu riceve gli studenti al termine delle lezioni, previo appuntamento.

II Modulo: *Prof. Simona Baroni*

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

Il secondo modulo sarà orientato allo studio e all’approfondimento degli elementi distintivi della comunicazione integrata, della promozione dell’immagine e del brand management, per un marchio aziendale, un Ente, un’Istituzione, un leader o personaggio pubblico.

Il modulo si propone di fornire agli studenti le coordinate teoriche e le tecniche che consentiranno loro di avere una visione approfondita del mondo della comunicazione e delle figure professionali che ne fanno parte. Potranno dunque arricchire il proprio percorso accademico con una conoscenza teorico/pratica delle attività che compongono l’ecosistema della comunicazione d’impresa.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il modulo si propone analizzare di approfondire le declinazioni e gli strumenti della comunicazione integrata e di fornire conoscenze adeguate per poter operare nell’ambito della comunicazione e delle pubbliche relazioni, nonché di approfondire gli aspetti storici legati alla nascita delle pubbliche relazioni e allo sviluppo della comunicazione digitale.

***BIBLIOGRAFIA[[2]](#footnote-2)***

R. Romoli Venturi-C. Casalegno-P. De Palma, Comunicazione integrata e PR: istruzioni per l’uso, Franco Angeli, 2014[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/romoli-venturi-raoul-casalegno-cecilia-de-palma-pasquale/comunicazione-integrata-e-pr-istruzioni-per-luso-strategie-strumenti-e-tecniche-nel-secolo-della-trasparenza-9788820467937-205642.html)

P. Kotler-S. Hollensen-M.O. Opresnik, Social Media Marketing – Marketer nella rivoluzione digitale, Hoepli, 2019[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/philip-kotler-svend-hollensen-marc-oliver-opresnik/social-media-marketing-marketer-nella-rivoluzione-digitale-9788820391355-672624.html)

I. Calvino, Lezioni americane – sei proposte per il prossimo millennio, qualsiasi edizione[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/italo-calvino/lezioni-americane-sei-proposte-per-il-prossimo-millennio-9788804668374-240121.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula che in alcuni casi vedranno la presenza di testimoni esterni, esperti in settori diversi e con competenze professionali legate al mondo della comunicazione

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione sarà effettuata attraverso un esame orale durante il quale saranno affrontati gli argomenti condivisi nel corso delle lezioni. La valutazione terrà pertanto conro del grado di conoscenza di quanto detto durante le lezion. Gli studenti che vorranno presentare un approfondimento relativo a un argomento a piacere potranno farlo, tenendo conto che comunque l’esame prevede domante relative all’intero corso.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone comunque interesse e curiosità intellettuale. Si consiglia la frequenza, per un più ampio e approfondito coinvolgimento e interazione con il docente e le tematiche proposte.

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

Orario e luogo di ricevimento

La Prof. Simona Baroni riceve gli studenti al termine delle lezioni, previo appuntamento settimanale.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)
2. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-2)