# Teoria e tecniche della promozione dell’immagine

## Prof. Carla Maria Bino; Prof. Simona Baroni

### I Modulo: Prof. Carla Maria Bino

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

Il primo modulo si propone di fornire agli studenti le coordinate teoriche e culturali 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 individuare i principali snodi storico–teorici che hanno mutato la relazione immagine e visione entro la cultura occidentale, apprezzandone la dimensione antropologica, sociale e politica. Inoltre, dovrà saper riconoscere le dinamiche dello sguardo tra spettatorialità fruitiva, interazione performativa ed esperienzialità immersiva.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il modulo si propone di approfondire la dimensione culturale delle immagini e della visione in riferimento ad alcuni momenti cardine della cultura visuale del mondo Occidentale.

*NON FREQUENTANTI*

Gli studenti non frequentanti sono invitati a concordare il programma con il docente.

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

A. Pinotti, A. Somaini, *Cultura Visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi*, Einaudi, 2016.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/andrea-pinotti-antonio-somaini/cultura-visuale-immagini-sguardi-media-dispositivi-9788806160999-237437.html)

L. Malavasi, B. Grespi, *Dalla parte delle immagini. Temi di cultura visuale*, McGraw–Hill 2022.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/barbara-grespi-luca-malavasi/dalla-parte-delle-immagini-temi-di-cultura-visuale-9788838697241-706040.html)

M.–J. Mondzain, *L’immagine che uccide. La violenza come spettacolo dalle Torri Gemelle all’Isis*, EDB, 2017.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/marie-jose-mondzain/limmagine-che-uccide-la-violenza-come-spettacolo-dalle-torri-gemelle-allisis-9788810558881-250005.html)

G. Lipovetsky, J. Serroy, *L’estetizzazione del mondo. Vivere nell’era del capitalismo artistico*, Sellerio, 2017.

La bibliografia sopra indicata costituisce un quadro generale di riferimento entro il quale lo studente verrà guidato allo studio, anche con il supporto di materiali forniti a lezione e messi a disposizione nell’aula virtuale del docente.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’accertamento dei risultati di apprendimento sarà effettuato attraverso un esame orale. La valutazione finale terrà conto del grado di conoscenza della bibliografia indicata e della capacità di elaborazione critica dello studente.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

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

*Orario e luogo di ricevimento*

La Prof. Carla Bino riceve gli studenti al termine delle lezioni, previo appuntamento da prendersi scrivendo a carla.bino@unicatt.it.

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/raoul-romoli-venturi-cecilia-casalegno-pasquale-de-palma/comunicazione-integrata-e-pr-istruzioni-per-luso-strategie-strumenti-e-tecniche-nel-secolo-della-trasparenza-9788835121558-704323.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-dal-phygital-al-metaverso-9788836010752-713332.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-9788804772101-714800.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.

*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)