

Principali informazioni sull'insegnamento			
Denominazione italiana	Laboratorio di analisi di brand, identità e cultura visuale		
Corso di studio	Corso di Laurea in Scienze della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa		
Curriculum			
Crediti formativi	3		
Denominazione inglese	Visual culture, brand and identity laboratory		
Obbligo di frequenza	sì		
Lingua di erogazione	italiano		
Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail	SSD
	Claudia Attimonelli Petraglione	claudiaattimonelli@gmail.com	L-Art06

Dettaglio crediti formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	10/c1	L-Art 06	3

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	II semestre 2019-2020
Anno di corso	I anno
Modalità di erogazione	Laboratorio

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	1 = 60 min.
Ore di corso	20
Ore di studio individuale	55

Calendario	Da segreteria
Inizio attività didattiche	
Fine attività didattiche	

Syllabus	
Prerequisiti	Navigazione web.
Risultati di apprendimento previsti	<p><i>Conoscenza e capacità di comprensione</i> dei linguaggi e delle pratiche contemporanee relative alla galassia dei media e delle tecnologie dai linguaggi tradizionali a quelli più innovativi.</p> <p><i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i> all'analisi delle immagini, brand e identità di marca.</p> <p><i>Autonomia di giudizio</i> in merito alle immagini veicolate dai media quali, pubblicità, teaser, videoclip, idents.</p> <p><i>Abilità comunicative</i> maturate durante il corso attraverso l'organizzazione di brevi esposizioni individuali facoltative per gli studenti.</p> <p><i>Capacità di apprendere</i> le strategie comunicative dei nuovi sistemi editoriali presenti nelle piattaforme digitali.</p>

Contenuti di insegnamento	Comprendere cosa significhi elaborare un'identità di marca e le relative strategie di branding e marketing al tempo del web 2.0 nel panorama dell'industria culturale: studi di caso musicali, eventi, festival, serial televisivi, brand di moda, sound design, Instagram.
---------------------------	---

<b>Programma</b>	
Testi di riferimento	Materiale a cura della docente.
Nota ai testi di riferimento	
Metodi didattici	Laboratorio; focus group; brain storming
Metodi di valutazione	Test scritto. <i>Conoscenza e capacità di comprensione</i> dei linguaggi audiovisivi alla luce dell'evoluzione mediale. <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i> alla cultura di massa e alle reti sociali. <i>Autonomia di giudizio</i> in merito alle informazioni veicolate sulle piattaforme digitali. <i>Abilità comunicative</i> : esposizione, utilizzo del ppt e capacità di sintesi retorica. <i>Capacità di apprendere</i> le strategie comunicative presenti nei luoghi di relazione sociale elettronica.
Altro	