

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 2018-2019
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	11 marzo 2019
Fine attività didattiche	31 maggio 2019

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: il caso Liberato; dell'economia territoriale: il logo della Terra di Bari; della moda: il caso Gucci e Alessandro Michele.
---------------------------	---

Programma	
Testi di riferimento	Lolli, Alessandro: <i>La guerra dei meme</i> , effequ, Orbetello, 2017. 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	