

**SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, SOCIALE E
D'IMPRESA
(LM-59)**

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	LABORATORIO DI ANALISI DI BRAND, IDENTITÀ E CULTURA VISUALE
Corso di studio	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, SOCIALE E D'IMPRESA – LM-59
Anno di corso	Primo
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System(ECTS):	3
SSD	Non specificato
Lingua di erogazione	Italiano
Periodo di erogazione	Secondo semestre
Obbligo di frequenza	

Docente	
Nome e cognome	Dott. Ph.D. Pietro Polieri
Indirizzo mail	pietro.polieri@uniba.it pietropolieri@hotmail.it
Telefono	3334106033
Sede	Via Scipione Crisanzio, 42, 70122 Bari BA
Sede virtuale	https://teams.microsoft.com/l/team/19%3aAeh-GCiZuM67o8_q29oVizPTPZvNNUFtuEvF9j4t3u41%40thread.tacv2/conversations?groupId=3c7186dd-e3c7-472a-a55c-8adac4ce0eee&tenantId=c6328dc3-afdf-40ce-846d-326eead86d49
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Il docente riceve gli studenti, su appuntamento, subito dopo l'orario di lezione.

Syllabus	
Obiettivi formativi	Lo Studente al termine del Corso avrà conoscenza delle nozioni e delle sfumature complesse degli oggetti tematici caratterizzanti i dibattiti attuali all'interno della disciplina studiata, così da poter sviluppare tanto l'interesse per un approfondimento di alcune questioni – considerate nodali o anche marginali dagli attori principali dell'indagine sociologico-comunicazionale –, in modo anche comparativo con altre territorialità scientifiche affini o remote, quanto la volontà di proseguire nella ricerca nello stesso ambito accademico o in altri attigui.

Prerequisiti	Nessun prerequisito.
Contenuti di insegnamento (Programma)	<p>Titolo del Corso: Identità ‘capitale’ ed ‘est-etica’ del <i>brand activism</i>. La marca nella società tecno-filantropica.</p> <p>Dettaglio sinottico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La giurisdizione estetico-capitalistica della marca • La ‘mondanizzazione’ della marca • Marca, società e immaginario • Il <i>brand activism</i>: tra estetica della seduzione e neo-etica del capitalistimo digitale • Collaboratori, CEO e consumatori come <i>brand activists</i> • Dal <i>brand activism</i> al <i>net positive</i>: la moralizzazione, esterna ed interna, della logica, dell’organizzazione e delle finalità aziendali • Per una critica del capitalismo <i>brand activist</i>: analisi dei rischi per la democrazia
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> • VANNI CODELUPPI, <i>La marca. Tra impresa e società</i>, Franco Angeli, Milano 2023 (solo i capitoli indicati nel corso delle lezioni). • PHILIP KOTLER – CHRISTIAN SARKAR, <i>Brand activism. Dal purpose all’azione</i>, Hoepli, Milano 2020 (solo i capitoli indicati nel corso delle lezioni). • CARL RHODES, <i>Capitalismo woke. Come la moralità aziendale minaccia la democrazia</i>, Fazi, Roma 2023 (solo i capitoli indicati nel corso delle lezioni). <p>Programma per gli studenti non frequentanti: Per gli studenti non frequentanti il Programma indicato deve essere integrato con un testo a scelta, individuato tra quelli presenti nella Sezione sottostante denominata ‘Note ai testi di riferimento’, preferibilmente previo accordo col docente.</p>
Note ai testi di riferimento	<p><u>Bibliografia (facoltativa) utile per l’approfondimento dei temi della Sezione monografica e sede testuale, per i non-frequentanti, di individuazione di un volume a scelta, con cui integrare il Programma stabilito per i frequentanti:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • VANNI CODELUPPI, <i>Chanel. Identità di marca e pubblicità</i>, Franco Angeli, Milano 2021. • PHILIP KOTLER – HERMAWAN KARTAJAYA – IWAN SETIAWAN, <i>Marketing 5.0. Tecnologia per l’umanità</i>, Hoepli, Milano 2021. • PHILIP KOTLER – SVEND HOLLSSEN – MARC OLIVER OPRESNIK, <i>Social media marketing</i>, Hoepli, Milano 2022, 2° ed.. • NICHOLAS MIRZOEFF, <i>Introduzione alla cultura visuale</i>, Meltemi, Milano 2021. • PAUL POLMAN – ANDREW WINSTON, <i>Net positive. Un business etico per una crescita sostenibile e profittevole</i>, Hoepli, Milano 2022.

didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
	20		
CFU/ETCS			
	3		

Metodi didattici	
	Lezioni frontali Seminari Discussione

Risultati di apprendimento previsti	
Conoscenza e capacità di comprensione	Lo Studente al termine del Corso dovrà evidenziare un corposo scarto conoscitivo in positivo rispetto al momento di approccio inaugurale allo studio dei contenuti dello stesso e mostrare disinvoltura e agilità d'approccio al lessico e alla concettualità specifici della disciplina studiata.
Conoscenza e capacità di comprensione applicate	Lo Studente dovrà essere in grado traferire sul piano dell'analisi delle dinamiche sociali la pregnanza dei contenuti appresi durante lo studio, al fine di educarsi alla considerazione di tutti gli aspetti concorrenti alla formazione di una valutazione seria e profonda della realtà, oltre a traslare ad essa l'inarcamento critico, tipico della disciplina.

Competenze trasversali	Lo Studente sarà in grado di individuare, organizzare e mettere a proficuo frutto i modelli e le conoscenze acquisiti al fine di elaborare risultati argomentativi sinottico-esplicativi coerenti con le premesse impiegate e capaci di sollecitare essi stessi provocazioni ulteriori di studio e di discussione. Inoltre lo Studente sarà in grado di impiegare debitamente il linguaggio tecnico-disciplinare non solo nel senso dell'espressione corretta dei contenuti appresi, ma anche, e soprattutto, del coinvolgimento tematico dei propri interlocutori, siano essi specialisti o semplici uditori inesperti eppure interessati, così che la scienza, di cui sarà portatore, possa essere veicolata all'esterno dei soli ristretti confini accademici e realizzare pienamente la propria missione.
-------------------------------	---

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	L'esame viene svolto in forma orale sui contenuti del corso effettivamente esposti e svolti oltre che sui testi indicati nella Sezione del presente Programma denominata 'Testi di riferimento'.
Criteri di valutazione	Per la valutazione dell'esame orale vengono tenuti in considerazione la padronanza dei contenuti e le competenze acquisite, la proprietà linguistico-espositiva e lessicale, oltre che la capacità argomentativa mostrata dal candidato.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<ul style="list-style-type: none"> - Capacità di composizione ordinata e trasparente tanto dell'esposizione quanto dell'argomentazione - Appropriata linguistica oltre che capacità di confezionamento di una prassi elocutiva originale e coinvolgente - Capacità d'impiego di una postura analitico-critica del pensiero
Altro	