

LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE
PRESENTAZIONE N° #1

ABOUT ME

IL CORSO

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK
IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

19 settembre 2023



ABOUT ME

IL CORSO

- Introduzione
- Programma
- Testi
- Note sulle lezioni
- Calendario
- Project work
- Il lavoro da fare per i non frequentanti



Mi chiamo **Francesca Arienzo**.

Ho dieci anni di esperienza professionale nel settore della comunicazione come **Account** sia nell'ambito dell'**advertising**, all'interno di diverse agenzie pubblicitarie di stampo internazionale, che in realtà dinamiche nel **below the line**, sul **web** e in generale nel mondo degli **eventi**.

BRAND CON I QUALI HO LAVORATO

Posteitaliane

BancoPosta

MoneyGram 

AIR FRANCE


ELDO

Maggiore

 **CONTI EDITORE** SPA

Corriere dello Sport

**MOTO
SPRINT**

INMOTO

**AUTO
SPRI
NT**

romacè

BRAND CON I QUALI HO LAVORATO



BREIL



BRAND PER I QUALI HO SEGUITO DEI PROGETTI



Comune di Roma





Nel contesto accademico ho iniziato a collaborare con l'Università di Macerata nel 2011 come **Cultrice della materia di Teoria e Tecnica della Comunicazione Pubblicitaria** e nei laboratori di Comunicazione di Ateneo.

Dal 2014 sono **Docente a contratto** (non di ruolo):

- laboratori di **Strategie di comunicazione nei Social Media, Digital e Social Media Marketing,**
- corso di **Pubblicità e Strategie di Comunicazione Digitale e Linguaggi e strategie pubblicitarie**



Francesca Arienzo

INFO E BIO

PUBBLICAZIONI

DIDATTICA

RICERCA

FINANZIAMENTI

ORARI DI RICEVIMENTO

Su appuntamento sulla piattaforma Teams. Si prega di contattare la docente all'indirizzo francescaarlenzo@hotmail.com per concordare giorno e ora.

DOWNLOAD

CURRICULUM ACCADEMICO

NOTIZIE

04/11/2021 - CALENDARIO LEZIONI

 2023/2024

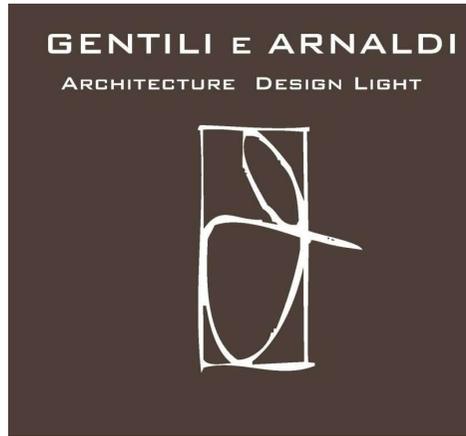
Insegnamento	Classe	Mutuazione	Calendario
LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING Dipartimento di Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali	L-20		
LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING Dipartimento di Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali	LM-19		
LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE Dipartimento di Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali	L-20		



Sono **Consulente di Comunicazione** per piccole e medie aziende, principalmente su loghi, immagine coordinata, eventi, siti, web 2.0, apertura e gestione profili e campagne di comunicazione sui Social Media.

Lavoro anche nell'ambito della formazione sia nel contesto pubblico che privato.

LE AZIENDE CHE HO SEGUITO COME FREELANCE



LE AZIENDE CHE HO SEGUITO COME FREELANCE



ATTIVITÀ DI FORMAZIONE



Comune
di Macerata



LICEO
STATALE
GIACOMO
LEOPARDI





Da ottobre 2021 sono Responsabile della comunicazione dei brand



malagrida_official

Segui già

Messaggio



408 post

1.418 follower

241 seguiti

Malagrida Official

Abbigliamento (brand)

Everyday Essential

👉 Shop online

🌐 www.malagrida.it + 1

Follower: fraleonde, jeordies_milanomarittima, francesco_musati e altri 1



FW 23/24



SS 2023



About us



FW 22/23



Polls



Pills



F/W 21-22

🗪 POST

🎬 REELS

🏷️ POST IN CUI TI HANNO TAGGATO





CONTINUA RICERCA STILISTICA,
UNA RIGOROSA SCELTA DEI TESSUTI
E DELLE MATERIE PRIME

Malagrìda Manifatture

FW 23-24 OUTFIT



 MALAGRÌDA

23/24 fall winter collection



Prenditi una pausa dalla frenesia quotidiana ed entra nel mondo Malagrìda

La **nuova collezione autunno inverno**, inserita in un incantevole panorama marchigiano, propone look tradizionali dalle silhouette di tendenza, ideali sia nel quotidiano che nelle occasioni più ricercate.

Particolare cura viene data alla lavorazione della maglieria con caratteri distintivi e la scelta di fibre naturali che esaltano la vestibilità confortevole e avvolgente dei capi.

Lasciati sedurre dai colori caldi, dalle geometrie e dai dettagli preziosi della collezione **in costante aggiornamento sul sito** con le novità del momento.

NEW COLLECTION



SPEDIZIONI GRATUITE
PER ORDINI SUPERIORI A 50 EURO





jeordies_official

Modifica profilo

Visualizza archivio

Strumenti pubblicitari



1.089 post

5.887 follower

2.008 seguiti

JEORDIE'S Official

Abbigliamento (brand)

Passione per la tradizione che si rinnova

www.jeordies.it



SS 23



Pitti 13-16/06



FW 22/23



Making of



PITTI FW 22-23



#PittiUomo



SS 2022

POST

REELS

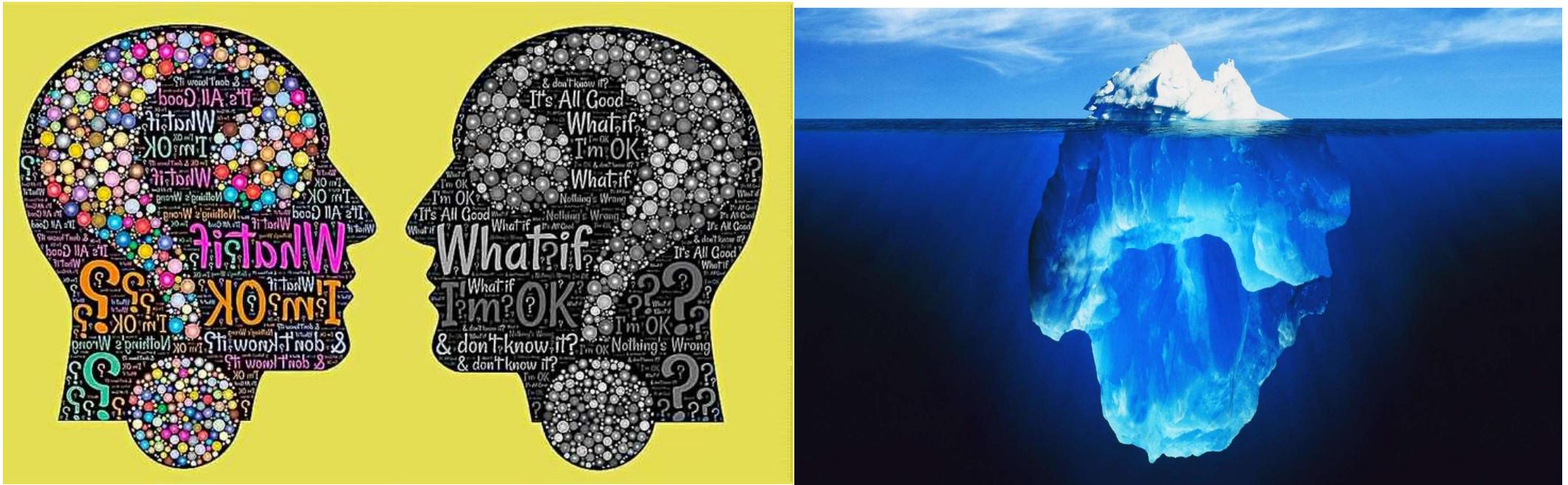
ELEMENTI SALVATI

POST IN CUI TI HANNO TAGGATO



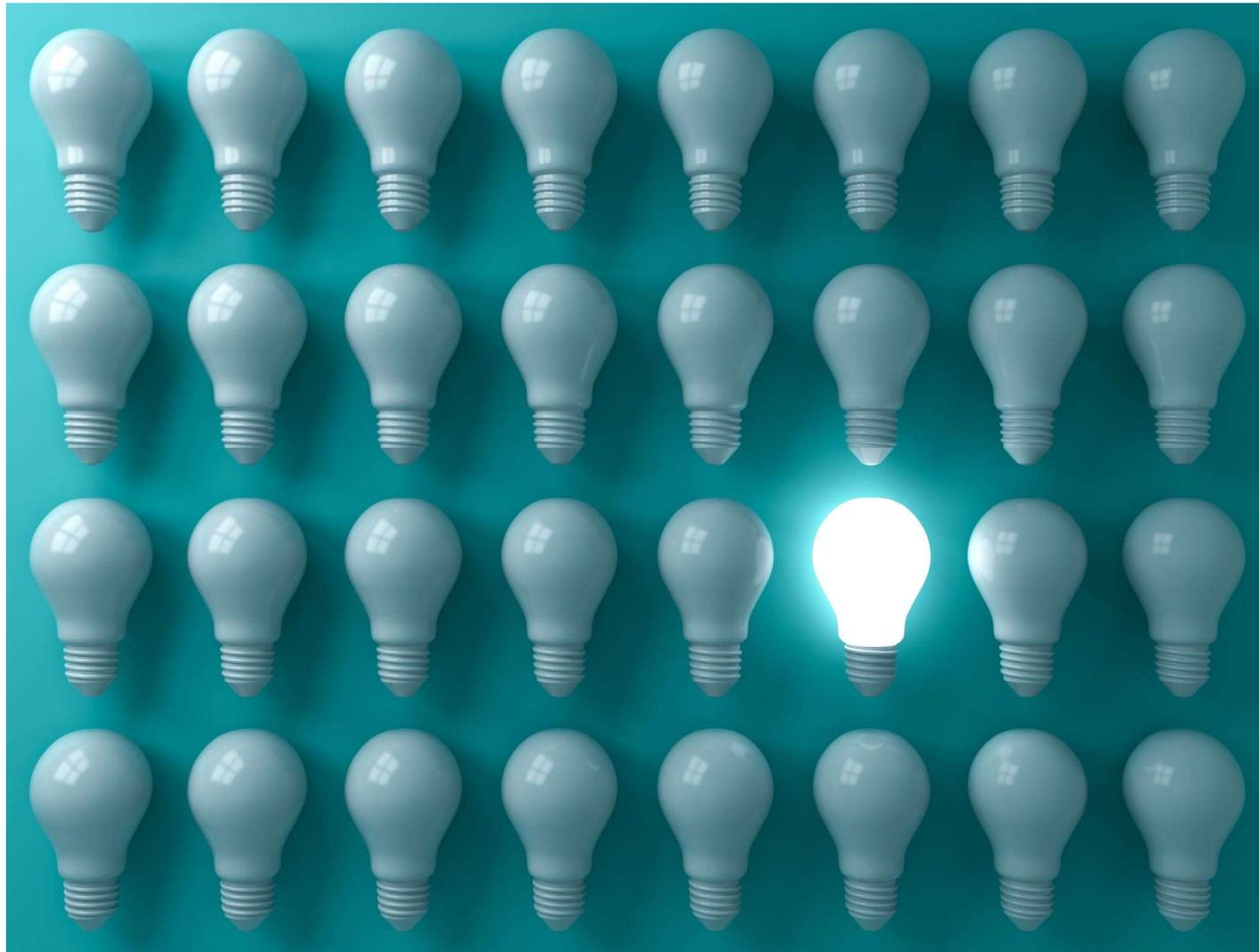
2. INTRODUZIONE AL CORSO

Cosa dovrebbe insegnare un corso di **Linguaggi e strategie pubblicitarie**?



INTRODUZIONE AL CORSO

Cos'è la pubblicità?



PUBBLICITÀ: DEFINIZIONE

Publicità *Forma di comunicazione che un'azienda/ente utilizza per raggiungere i propri interlocutori, veicolata da #mediatradizionali e #mediadigitali.*

Il termine pubblicità nella lingua italiana deriva da **«pubblico»** ovvero «rendere noto» ciò che fino a quel momento non lo era.

PUBBLICITÀ: DEFINIZIONE

Advertising #Pubblicità effettuata tramite #media – stampa, radio, televisione, #affissione, cinema, #internet – per comunicare prodotti/servizi.

Il corrispondente inglese advertising deriva da «to advertise» ovvero **«avvertire»** evidenziando più una natura commerciale.

PUBBLICITÀ: DEFINIZIONE

Réclame Termine con cui intorno alla metà del XIX secolo si cominciò a definire la #comunicazionepubblicitaria.

Il corrispondente francese *réclame* ovvero mette in evidenza il «**richiamo**» ad un'azione insito nel messaggio.

PUBBLICITÀ: DEFINIZIONE

Con il termine **pubblicità** si intende quella forma di comunicazione di massa usata dalle imprese per creare consenso intorno alla propria immagine, con l'obiettivo di conseguire i propri obiettivi di marketing.

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

PUBBLICITÀ: DEFINIZIONE

Si definisce come pubblicità qualunque forma di messaggio che sia diffuso, nell'esercizio di una attività economica, allo scopo di promuovere la vendita o il trasferimento di beni mobili o immobili, oppure la prestazione di opere e servizi.

Dal decreto legislativo n. 145/2007

PUBBLICITÀ: DEFINIZIONE

Qualsiasi forma a pagamento di presentazione e promozione non personale di idee, beni e servizi da parte di un promotore ben identificato.

Philip Kotler - Trecento risposte sul marketing, 2005

PROGRAMMA DEL CORSO

Il programma del corso è articolato in tre moduli:

Il primo: Storia della pubblicità

1. Le origini della pubblicità moderna
2. La nascita della pubblicità italiana
3. L'origine dello storytelling in Italia: Carosello
4. Gli anni '80: l'epoca d'oro della pubblicità
5. Dagli anni '90 all'era digitale

PROGRAMMA DEL CORSO

Il secondo: Ruoli, strumenti e strategie in pubblicità

1. L'agenzia di pubblicità: i protagonisti, i reparti, le professioni digitali
2. La costruzione di un annuncio pubblicitario: la nascita di una campagna
3. Il brief creativo, l'elaborazione di una strategia di comunicazione
4. L'evoluzione della marca e del consumatore. Le nuove forme di segmentazione delle audience
5. La classificazione dei media. La comunicazione transmediale

PROGRAMMA DEL CORSO

Il terzo: Linguaggi della pubblicità

1. I diversi linguaggi della pubblicità: iconico, verbale, musicale e gestuale
2. La creatività in pubblicità
3. I codici creativi
4. Leggere la pubblicità
5. Pubblicità sociale e advertising civile

TESTO CONSIGLIATO



ESPERTI A LEZIONE



Facebook profile card for Paola Costanza Papakristo. The cover photo shows a hand-drawn graphic with various terms like 'FACEBOOK', 'SOCIAL MEDIA', 'VET...', 'TRA...', 'IGIT...', 'INSTO...', 'GGER...', 'NICA...', 'SCOL...', 'ODVE...', 'LIA DI...', 'OMAR...', 'DUP...', 'ETA...', 'MA...'. The profile picture is a circular portrait of Paola Costanza Papakristo, a woman with glasses. The name is followed by '1°' and the title 'Docente presso Poliarte Centro Sperimentale di Design'. The location is 'Ancona, Marche, Italia' with a link to 'Informazioni di contatto'. The affiliations listed are 'Poliarte Centro Sperimentale di Design' and 'Sapienza Università di Roma'. A notification bell icon is visible in the top right corner.

paola costanza papakristo · 1°
Docente presso Poliarte Centro Sperimentale di Design
Ancona, Marche, Italia · [Informazioni di contatto](#)

 Poliarte Centro Sperimentale di Design
 Sapienza Università di Roma



Facebook profile card for Cecilia Coletta. The cover photo is a blue textured background. The profile picture is a circular portrait of Cecilia Coletta, a woman with long dark hair, smiling. The name is followed by '1°' and the title 'Internal Communication Manager presso FATER'. The location is 'Roma, Lazio, Italia' with a link to 'Informazioni di contatto'. The affiliations listed are 'FATER' and 'Talent Garden Innovation School'. A notification bell icon is visible in the top right corner.

Cecilia Coletta · 1°
Internal Communication Manager presso FATER
Roma, Lazio, Italia · [Informazioni di contatto](#)

 FATER
 Talent Garden Innovation School

Calendario 2023/2024 - Linguaggi e strategie pubblicitarie

Mar 19 set 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 22 set 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 26 set 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 29 set 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 3 ott 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 6 ott 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 10 ott 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 13 ott 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 17 ott 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 20 ott 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 24 ott 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 27 ott 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 31 ott 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 3 nov 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni
Mar 7 nov 2023	14:00 - 16:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del grano
Ven 10 nov 2023	08:00 - 11:00	Aula blu - Polo Pantaleoni

DATE ESAME

Le date proposte per l'esame (da confermare):

- **15 dicembre ore 830**
- **12 gennaio ore 830**
- **26 gennaio ore 830**
- **9 febbraio ore 830**
- **31 maggio ore 830**
- **14 giugno ore 830**
- **19 luglio ore 830**
- **13 settembre ore 830**

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Nell'ultima lezione, o nelle ultime due, gli studenti, divisi in gruppi di 3/4 persone, presenteranno un **project work che racconta la creazione di una campagna pubblicitaria** che sarà ideata durante il corso.

Parte delle lezioni, infatti, saranno dedicate a delle **esercitazioni** mirate alla progettazione del lavoro. Gli studenti dovranno poi elaborare un documento finale (power point, Canva, ecc.) che mostra le fasi del percorso.

Si consiglia di prevedere uno sviluppo del documento **minimo di 20 pagine** ma di mostrare in aula le slide più rappresentative del lavoro svolto. Il tempo destinato all'esposizione del project work sarà circa di 10/15' a gruppo.

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Il project work dovrà essere inviato alla docente via mail all'indirizzo francescaariento@hotmail.com in formato pdf **48 ore** prima della presentazione in aula da un rappresentante del gruppo. Nella mail e nel documento vanno scritti i nomi degli studenti.

Il giorno della presentazione va portata una stampa del documento da consegnare alla docente.

Dopo la presentazione la docente assegnerà una **valutazione** al lavoro di gruppo che sarà il **voto di partenza dell'esame orale.**

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Il project work sarà valutato secondo i seguenti criteri:

1. **Capacità di analisi:** profondità e qualità della ricerca, coerenza e organizzazione delle idee
2. **Capacità di ascolto** nel seguire i consigli dati a lezione e di saper sfruttare al meglio le esercitazioni in aula
3. **Capacità di pensiero:** elaborazione della strategia di comunicazione
4. **Idea creativa:** originalità e realizzazione della creatività
5. **Presentazione:** chiarezza espositiva, capacità di sintesi e rispetto dei tempi, appeal del project work

IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

Chi non parteciperà al lavoro di gruppo sarà considerato **studente non frequentante** e dovrà selezionare una **pubblicità** di interesse da commentare **oralmente** in sede d'esame.

La scelta può cadere su **qualsiasi tipologia di pubblicità classica o digitale**: spot tv, annuncio stampa, campagna affissione, social ads, video sui social, campagna display, ecc. che dovrà essere portata fisicamente all'esame e mostrata alla commissione d'esame (un ritaglio di giornale, una fotografia, una stampa o un supporto digitale dove poterla visionare).

IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

Lo studente dovrà affrontare le seguenti argomentazioni:

- **Motivi della scelta.** Perché si è preso in analisi quell'annuncio pubblicitario e dove è stato trovato
- **Soggetto promotore.** Chi firma l'annuncio
- **Oggetto della comunicazione.** Di cosa si parla? Quale servizio si offre?
- **Audience di riferimento.** A chi si rivolge?
- **Obiettivi della comunicazione.** Cosa si vuole ottenere?

IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

- **Asse strategico.** Cosa comunica?

Consumer benefit (Promessa) è il principale vantaggio che il prodotto offre al consumatore di riferimento e costituisce la principale ragione per cui il consumatore dovrebbe preferire il prodotto/servizio rispetto alla concorrenza.

Reason Why (Giustificazione) è la spiegazione che giustifica o accredita la promessa, rendendola possibile e credibile. Deve essere convincente, dimostrabile e differenziante.

Supporting Evidence (Supporto) è l'insieme degli eventuali ulteriori elementi che motivano o supportano la promessa.

IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

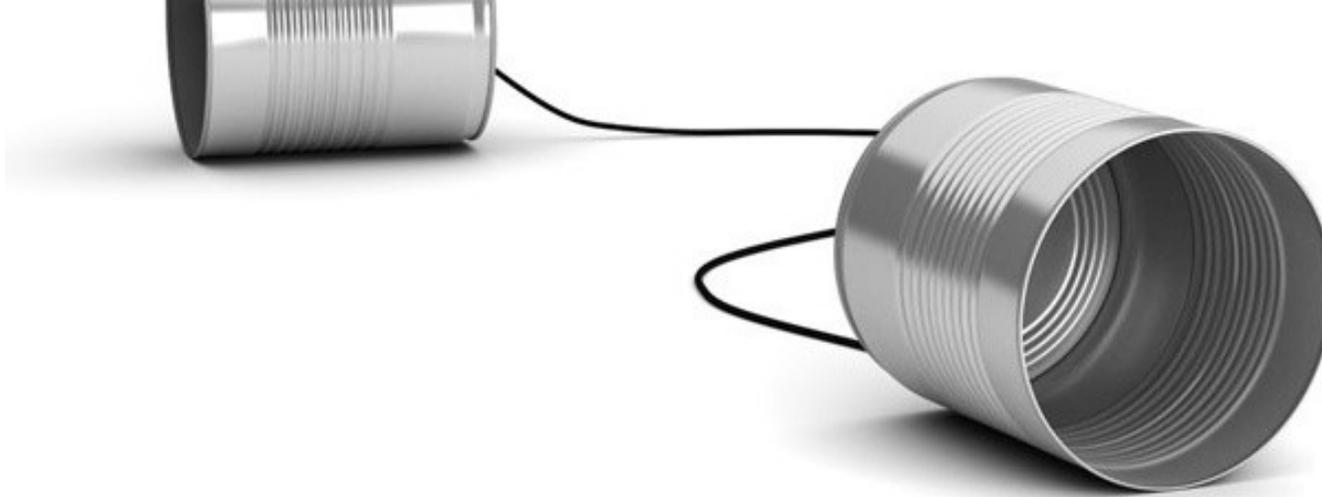
- **Analisi dell'organizzazione spaziale** (se si tratta di un annuncio stampa o affissione):
 - visual (immagine principale)
 - headline (titolo)
 - bodycopy (testo esplicativo)
 - marchio (trademark, logotipo, pittogramma, ideogramma)
 - payoff (frase di chiusura).
- **Analisi dell'immagine** (linguaggio iconico): descrivere il visual fisso o in movimento evidenziando gli elementi dominanti e quelli secondari, fare delle riflessioni sugli aspetti cromatici e, se possibile, sull'eventuale linguaggio gestuale.

IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

- **Analisi del testo:** che tipo di linguaggio verbale usa?
Indicare se nel testo sono presenti: citazioni dirette o indirette a film, libri, canzoni, mitologia, favole, fumetti, ecc... Analizzare l'eventuale presenza di neologismi, doppi sensi e giochi di parole, forme grammaticali insolite, espressioni figurate, proverbi, modi di dire, lingue straniere.
- **Altro:** è presente una **musica** d'atmosfera, un sound branding o un jingle (linguaggio musicale)? Viene utilizzato un **testimonial** o **influencer**? Fare delle riflessioni.
- **Lettura d'insieme:** verificare la coerenza e il significato del messaggio, fare delle riflessioni sul contesto di riferimento e sulla concorrenza.

IL LAVORO DA FARE PER I NON FREQUENTANTI

NB Non è richiesta la preparazione di una relazione scritta, il lavoro è da esporre solo oralmente. Ad ogni modo, se lo studente lo desidera, può preparare uno schema di appoggio con la scaletta degli argomenti che intende affrontare.



I MIEI CONTATTI

E-mail

francescaariento@hotmail.com

About me

about.me/francescaariento

Ricevimento: Su appuntamento. Per fissare giorno/ora avvisatemi a lezione o su francescaariento@hotmail.com

#grazie

ALL NATURAL.



HAPPY BIRTHDAY, PLAYBOY.

