

“LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E IL LINGUAGGIO DELLA PERSUASIONE: TECNICHE E MECCANISMI”

CE.SE.DI. in collaborazione con ALEF Copywriting Service. A cura di Alessandra Fasana e Alez Naim.

Destinatari: studenti degli istituti di istruzione secondaria di primo e secondo grado.

Premessa

In un recente convegno internazionale su “I giovani e i media” organizzato dal GREEM (Gruppo di ricerca sulla relazione bambini/media) si è concluso e proposto un nuovo articolo da inserire nella Dichiarazione Universale dei Diritti dell’Uomo per cui “gli Stati hanno il dovere di responsabilizzare il proprio sistema educativo affinché promuova appositi insegnamenti per poter meglio comprendere i messaggi e i linguaggi diffusi sui media da aziende, enti e istituzioni, le intenzioni e le condizioni di ricezione di tali messaggi, allo scopo di formare e garantire la libertà di pensiero e d’opinione del cittadino.”

Condividendo tale presupposto, e operando da molti anni nel mondo della comunicazione pubblicitaria e dell’insegnamento ad essa correlato, proponiamo al vostro istituto l’attivazione di un laboratorio sui temi della comunicazione pubblicitaria: perché e come nasce l’immagine di un prodotto o servizio, l’analisi dei valori sottesi al messaggio, le diverse tecniche e linguaggi.

Obiettivi

Attraverso gli incontri si intende raggiungere il duplice obiettivo di

- trasmettere agli studenti meccanismi e tecniche che stanno alla base della creazione dei diversi media e tipi di messaggio pubblicitario
- fornire gli strumenti per decodificare i messaggi a cui vengono sottoposti quotidianamente dai media che frequentano (tv, internet, affissioni, etc.), suscitando una fruizione critica e consapevole

Articolazione e contenuti

L’intervento si articola in **due incontri di due ore.**

Primo incontro

- Dallo studio dei “bisogni” del consumatore all’idea di prodotto/servizio
- La comunicazione pubblicitaria come garanzia dell’esistenza di un prodotto o servizio nel mondo contemporaneo
- I ragionamenti e gli studi strategici che sottendono ogni campagna di comunicazione pubblicitaria
- “Battezzare” un prodotto/servizio: lo studio del nome
- Illustrazione di una case history di nome di prodotto

Secondo incontro

- Come nasce l'immagine di una marca, prodotto o servizio: dal nome al logo, all'individuazione del key-visual (immagine-guida della comunicazione)
- Creazione e realizzazione della campagna affissione e stampa
- Semplicità e sintesi nel linguaggio pubblicitario: analisi di annunci stampa
- La persuasione attraverso l'emozione di parole, musica e immagini: lo spot pubblicitario e sua costruzione

Materiali e strumenti didattici

Le lezioni si svolgerà con il supporto di chart e visione di immagini e spot pubblicitari, si richiede quindi l'utilizzo di un'aula con proiettore. A integrazione delle lezioni si possono prevedere delle esercitazioni con gli studenti per un'ulteriore ora di lavoro.

Costi

È previsto un costo per laboratorio di Euro 180,00

ADESIONI

Le adesioni dovranno pervenire tramite apposita scheda entro **il 20 ottobre 2014** Le adesioni vanno inviate al CE.SE.DI. - via G. Ferrari n. 1 - 10124 Torino, oppure inoltrate via fax al n. 011.8614494.

REFERENTE

Patrizia ENRICCI BAION

Tel. 011.861.3617 – fax 011.861.4494

e-mail: patrizia.enricci@provincia.torino.it