



UNIVERSITÀ DI PISA

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DI EVENTI CULTURALI

MARIA VALERIA DELLA MEA

Anno accademico	2018/19
CdS	DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E DELLA COMUNICAZIONE
Codice	148QQ
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DI EVENTI CULTURALI	SPS/08	LEZIONI	36	MARIA VALERIA DELLA MEA

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il corso, a carattere laboratoriale, ha l'obiettivo di offrire una panoramica sulle varie forme di comunicazione; i partecipanti potranno apprendere come individuare obiettivi e media di una campagna di promozione e comunicazione a partire dal tipo di evento culturale da promuovere: quali testi per quali media, come veicolarli, a chi e perché; approcceranno le metodologie di redazione di un piano di comunicazione sulla base di un budget dato; sulla comunicazione web e social, ci concentreremo sul controllo delle fonti, sulla tutela della privacy, sull'uso delle immagini, sul riconoscimento delle fake news.

Modalità di verifica delle conoscenze

La verifica delle conoscenze va di pari passo con il laboratorio, sia attraverso un rapporto dialogico che attraverso le varie esercitazioni scritte.

Capacità

Si richiedono, oltre a una buona conoscenza della lingua italiana, disponibilità al dialogo e a mettersi in gioco, curiosità, capacità di concentrazione e attenzione, creatività.

Modalità di verifica delle capacità

La verifica delle capacità avviene attraverso il rapporto dialogico e le esercitazioni scritte.

Comportamenti

Si richiedono partecipazione, continuità di frequenza e il rispetto delle normali norme della convivenza civile.

Modalità di verifica dei comportamenti

Attraverso il rapporto dialogico.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Il corso è riservato agli studenti di DISCO. Un criterio prioritario per l'ammissione è essere iscritti al secondo e al terzo anno, privilegiando chi è più prossimo alla fine del percorso di studi.

(Il corso è a numero chiuso e si svolge nel secondo semestre. Solitamente nel mese di dicembre sulla pagina web di DISCO viene pubblicato l'avviso di iscrizione e il relativo modulo. Per gli studenti che si sono iscritti e sono stati ammessi, la prima lezione è lunedì 25 febbraio alle ore 14.15 in Aula G2; le lezioni si terranno ogni lunedì e martedì, sempre con lo stesso orario.)

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il corso ha un taglio laboratoriale e cerca di offrire una panoramica delle diverse modalità di comunicazione e promozione di eventi culturali attraverso una serie di esercizi pratici, preceduti ogni volta da una breve introduzione della docente, sui seguenti argomenti:

- * individuazione degli obiettivi e dei media (come veicolare, a chi, con quali mezzi, perché)
- * le diverse tipologie di testi: il comunicato stampa, la presentazione istituzionale, la pubblicità su quotidiani e riviste; la pubblicità radiofonica
- * simulazione di un piano di comunicazione con gestione del relativo budget
- * uso dei social network
- * servizi sms, mailing list, newsletter



UNIVERSITÀ DI PISA

* rapporti col territorio, fonti e indagini di customer satisfaction

Le esercitazioni prevedono momenti di feedback.

Bibliografia e materiale didattico

Il testo di riferimento è la parte 4^a del volume:

L. ARGANO, A. BOLLO, P. DALLA SEGA, C. VIVALDA, Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione, Franco Angeli ed.- collana Management

Altro materiale viene fornito dalla docente: Carta dei doveri del giornalista, Carta dei doveri dell'Ufficio stampa, Le carte deontologiche; Uso corretto del web e dei social; eventuali articoli di approfondimento e aggiornamento sulle tematiche svolte durante il corso.

Indicazioni per non frequentanti

Per i non frequentanti l'esame è scritto e orale. La mattina è prevista la prova scritta (la stesura di un comunicato stampa sulla base di indicazioni e materiali che fornirà la docente prima di iniziare); a seguire, fatto salvo il tempo necessario per le correzioni degli elaborati, si terrà l'esame orale che verterà sulle parti 3^a e 4^a del volume: L. ARGANO, A. BOLLO, P. DALLA SEGA, C. VIVALDA, Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione, Franco Angeli ed.- collana Management.

Modalità d'esame

Per i frequentanti l'ultima esercitazione scritta varrà come compito d'esame; il colloquio orale verterà sulla parte 4^a del volume: L. ARGANO, A. BOLLO, P. DALLA SEGA, C. VIVALDA, Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione, Franco Angeli ed.- collana Management.

Note

La prima lezione è lunedì 25 febbraio alle ore 14.15 in aula G2 (sono ammessi solo coloro che risultano iscritti al corso).

Ultimo aggiornamento 25/02/2019 09:31