

**Facoltà di Scienze della Formazione
dell'Università degli Studi di Trieste
Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica,
d'Impresa e Pubblicità
Anno Accademico 2011/2012**

**Corso di Art Direction
S.S.D. ICAR/17 - Il anno**

Docente: Maria Teresa Cavallar

Titolo del Corso:
LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA DA COMMERCIALE A SOCIALE: TRA VISUAL E VISION

Contenuti:

Il Corso si divide in due parti. Nella prima è prevista l'analisi dal punto di vista grafico e strategico, di lavori pubblicitari di settore commerciale e sociale per individuare analogie e differenze tra linguaggi visivi, concept, e obiettivi. Al fine di promuovere la comunicazione di valore e diffondere conoscenze di base per la produzione creativa, attraverso lo studio di elementi tipografici, metafore visive e impostazione del layout. Nella seconda parte del Corso, viene chiesto agli Studenti di partecipare ad un contest creativo, inteso come laboratorio di attività sperimentale, denominato "20 di idee: DAI AVRAl". Dove poter ipotizzare, impaginare e presentare progetti per una campagna di comunicazione.

In quest'ottica si chiede agli Studenti di lavorare in coppia - divisi per attitudine in art director e copywriter - per creare, anche nell'edizione 2012, uno o più elaborati atti a promuovere la sensibilizzazione in ambito sociale. Come verrà illustrato nell'arco delle lezioni e alla presentazione del brief prevista a dicembre.

Il contest creativo, premiando ed esponendo i lavori migliori, vuole essere sia uno stimolo creativo applicato alla formazione che un mezzo di confronto tra gli Studenti ed il tessuto sociale circostante.

Modalità d'esame:

L'esame individuale consiste in una prova orale inerente al programma svolto nelle lezioni, al contest creativo ed ai testi principali segnalati.

E' valutata la partecipazione al contest creativo, dove viene richiesta la realizzazione grafica di almeno un elaborato (ad esempio un annuncio stampa, un manifesto, ecc.) che contenga il logo DAI AVRAl e promuova il messaggio individuato nel brief da poter stampare (file in formato .pdf di buona risoluzione - 300 dpi).

Testi richiesti:

- Geppi De Liso "Creatività & pubblicità - manuale di metodologie e tecniche creative", Franco Angeli Ed. 1997, 2003
- Giovanna Gadotti - Roberto Bernocchi "La pubblicità sociale maneggiare con cura", Carocci Ed. 2010

Testi segnalati per approfondimenti:

- Pasquale Barbella "Confessioni di una macchina per scrivere", Liguori Ed. 2008
- Annamaria Testa "La trama lucente. Che cos'è la creatività, perché ci appartiene, come funziona" Rizzoli Ed. 2010
- Lorenzo Marini "Visual", Lupetti Ed. 2010
- Mark Tungate "Storia della pubblicità. Gli uomini e le idee che hanno cambiato il mondo", Franco Angeli Ed. 2010
- Giovanna Gadotti "Pubblicità Sociale - lineamenti, esperienze e nuovi sviluppi", Franco Angeli Ed. 1992, 2003
- Francesco Pira "Come comunicare il sociale. Strumenti, buone pratiche e nuove professioni", Franco Angeli Ed. 2008

Siti internet di approfondimento su argomenti delle lezioni:

www.dai-avrai.org; adci.it; pubblicitaprogresso.it; debanfield.it;
nuovoeutile.it adsofttheworld.com; adfeast.blogspot.com; adforum.com; coloribus.com; canneslions.com;
coollookingads.blogspot.com; luerzersarchive.net; scaryideas.com; tvspot.it; veryweb.it;
adee.it; agire.it; comunicazione sociale.eu; campagnesociali.wordpress.com/category/fundraising; rsinews.it; i-csr.it;

Inizio e fine Corso:

12 ottobre 2011 – dicembre 2011 (consegna elaborati gennaio/febbraio 2012).

Ricevimento studenti:

Il docente sarà a disposizione degli studenti al termine delle lezioni, oppure potrà essere contattato per un appuntamento per consigli e modalità del concorso, a mezzo posta elettronica all'indirizzo:

mcavallar@libero.it oppure 20didee@libero.it