

## **Seminario di Costruzione e posizionamento del brand mediale**

GR. A-M: PROF. GIAN PAOLO PARENTI; GR. N-Z: PROF. GIANCARLO SCHERI

[Il seminario è mutato dalla Facoltà di Scienze linguistiche e letterature straniere con la denominazione “*Strategie di posizionamento e consumo dei prodotti medialì*”]

*Gr. A-M: Prof. Gian Paolo Parenti*

### **PROGRAMMA DEL CORSO**

Il seminario offrirà una serie di spunti teorici e di strumenti pratici per evidenziare (e superare) le debolezze dei processi con cui attualmente vengono posizionati i media (in particolar modo: la televisione).

Alla base tanto della *pars destruens* quanto della *pars construens* verrà posta un’analisi della psicologia del consumatore italiano al tempo della crisi economica e della “società liquida”.

I principali step attraverso cui si passerà sono:

- il posizionamento dei media tra adeguamento al “benchmark” e strategie di differenziazione;
- conoscere il consumatore e rappresentarlo;
- il marketing dell’esperienza e il marketing narrativo: loro applicazione al mondo dei media;
- lo storytelling come *terapia psichica*: il modello Narrazioni-3SC GPF.

### **BIBLIOGRAFIA**

Bibliografia essenziale (in ordine di impiego durante il seminario):

Y. MOON, *Differente*, ETAS, 2010.

R. BASSETTI, *Contro il target*, Bollati Boringhieri, 2008.

J.H. GILMORE-J.B. PINE, *Autenticità. Ciò che i consumatori vogliono davvero*, Franco Angeli, 2009.

C. FRECCERO, *Televisione*, Bollati Boringhieri, 2012.

C. VITAGLIANO, *Noi, i ragazzi del Biscione. Nascita e trionfo delle Tv di Berlusconi: La vera storia*, Melampo, 2016.

L. FERRARI-M. RUOTOLO-M. BARTOCCIOLI, *L’impresa nell’era della convergenza. Da emittente di messaggi a nodo di conversazioni*, Unicopli, 2012.

M. BARTOCCIOLI-M.E. MAIO, *Amplifichiamoci. L’individualismo 3.0*, Unicopli, 2013.

S. ISMAIL-M.S. MALONE-Y. VAN GEETS, *Exponential organisations. Il futuro del business mondiale*, Marsilio, 2015.

A. FONTANA, *Manuale di storytelling*, ETAS, 2009.

A. BROGLIA-G.P. PARENTI, *Fare anima*, L’Ornitorinco, 2015.

G.P. PARENTI, *Meglio che noi stessi*, L’Ornitorinco, 2011.

S. GNASSO-P. IABICHINO, *Existential marketing. I consumatori comprano, gli individui scelgono*, Hoepli 2014.

M. RECALCATI, *Ritratti del desiderio*, Cortina, 2012.

J. GOTTSCHALL, *L’istinto di narrare. Come le storie ci hanno resi umani*, Bollati Boringhieri, 2014.

J. HILLMAN, *La forza del carattere. La vita che dura*, Adelphi, 2000.

J. HILLMAN-S. SONU, *Il lamento dei morti. La psicologia dopo il Libro Rosso di Jung*, Bollati Boringhieri, 2015.

Una bibliografia più ampia verrà fornita a lezione, tanto dal docente quanto dagli ospiti (esperti di marketing, comunicatori, pubblicitari e romanzieri) che animeranno alcuni incontri del seminario.

### **AVVERTENZE**

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Gian Paolo Parenti riceverà gli studenti al termine di ogni incontro del seminario. Inoltre, sarà raggiungibile agli indirizzi di posta elettronica che fornirà a lezione.

*Gr. N-Z: Prof. Giancarlo Scheri*

### **OBIETTIVO DEL CORSO**

Il seminario offrirà spunti per comprendere le strategie di collocamento di un network e di un programma all’interno di un mercato televisivo complesso.

### **PROGRAMMA DEL CORSO**

Nel corso delle lezioni verranno forniti gli strumenti per posizionare, analizzare e valorizzare al meglio un canale o un programma televisivo.

In particolare ci si soffermerà su:

- uso e comprensione dei dati di mercato e scenario;
- bisogni e comportamenti del consumatore televisivo;
- strategie di comunicazione multimediale per valorizzare al meglio il programma analizzato e il network di riferimento.

#### ***BIBLIOGRAFIA***

La bibliografia sarà fornita al più presto.

#### ***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula con esercitazioni e "case history".

#### ***METODO DI VALUTAZIONE***

Prova pratica di posizionamento e valutazione di un programma all'interno di un sistema televisivo dato.

#### ***AVVERTENZE***

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Giancarlo Scheri comunicherà lezione orario e luogo di ricevimento.