



Novità!

X Edizione del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

“La creatività oltre la pubblicità”

Incontri di sperimentazione sul campo guidati da Patrizia Boglione
Direttore Creativo McCannErickson

Per frequentanti e non frequentanti il Master

Quattro incontri, per un totale di 12 ore, verranno inseriti nel programma didattico della **X Edizione del Master In Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media**, che partirà il 1 marzo 2012. Potranno partecipare anche coloro che, pur non essendo iscritti al Master, siano interessati alle dimensioni della *creatività nella pubblicità e negli altri codici di comunicazione di marketing o corporate* e vogliano ulteriormente professionalizzarsi in queste aree della moderna comunicazione d'impresa.

Il Direttore creativo Patrizia Boglione condurrà i partecipanti in un percorso di sperimentazione di linguaggi e format comunicativi di **coinvolgimento** che vanno ben al di là della forma pubblicitaria, anche la più innovativa.

Attraverso metodiche, casi e analisi di progetti svolti su campo nell'ambito delle attività portate avanti per una delle più grandi e autorevoli multinazionali della comunicazione, i partecipanti avranno modo di scoprire ed imparare ad usare la creatività, di singoli e di gruppo, per raggiungere gli **obiettivi di comunicazione** che di volta in volta *la strategia di impresa, per i prodotti, i servizi ed i brand, pone al marketer e al comunicatore*.

Con il docente, in aula, infine i partecipanti imposteranno, presenteranno e discuteranno le proprie proposte progettuali.

Il Programma:

3 marzo 2012, h 10-14

Primo incontro *Fantasia, invenzione, creatività, immaginazione. Quale strada per l'innovazione.*

Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale strategico-creativa. Il caso Dortmund Concert Milk / Dortmund Concerthall. Grand Prix di ADC*E AWARDS 2011

15 marzo 2012, h 10-13

Secondo incontro. *Costruire emozioni. Forma o contenuto? Può un messaggio essere ancora capace di trasferire emozioni?* Analisi di Cannes Lions Commercial. GOLD WINNERS.

22 marzo 2012, h 14-16

Terzo incontro. *Comunicare il cibo.* Prima dei trend, oltre la pubblicità, guardando al futuro.

Online workshop. *Brief: Costruire un brand di successo (di food) fra media tradizionali e nuovi territori.*

31 marzo 2012, h 11-15

Quarto incontro. *Presentazione e discussione in aula dei lavori di gruppo.*

Periodo: Marzo 2012 (venerdì pomeriggio e sabato mattina)

Costo per i frequentanti non iscritti al Master: 1.200 euro

Info: Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media – X Edizione

Tel. 06-7259.5522-5510, comunicamedia@economia.uniroma2.it oggetto: creatività.