

area	lezione	Docente
Formazione generale	Le forme della comunicazione (analogica, digitale, verbale, non verbale) Lezione sulle teorie della comunicazione che si sono susseguite e disamina delle diverse classificazioni dei fenomeni comunicativi.	Galbiati
	Creatività e pensiero laterale Percorsi per un approccio creativo ai problemi con esplorazione del significato del termine creatività.	Galbiati
	La comunicazione efficace/Esercitazione Lezione sulle cornici percettive e culturali e messa in evidenza dell'importanza dell'ascolto, importantissimo nella negoziazione creativa dei conflitti.	Galbiati
	Software - Photoshop/Illustrator Introduzione generale al concetto di grafica seguito da esercizi pratici sui software.	Mandato
	Principi della grafica come valore aggiunto per la comunicazione d'impresa Lezione sul progetto dell'immagine coordinata supportata da esempi relativi agli ambiti analizzati: logo design, fotografia, advertise, packaging, web, video.	Tolino
	Cultura del Packaging. Imparare a osservare per capire. Lezione sul packaging ed illustrazione delle 5 tendenze che attualmente ne caratterizzano la progettazione.	Botti
	Scenari dell'economia sul piano internazionale. Crisi e opportunità. Lezione sugli scenari dell'economia sul piano internazionale, per fornire una chiave di lettura del momento sociale ed economico che stiamo attraversando.	Noci
	Brand Design Lezione sul concetto di Brand Design, ovvero quell'insieme di azioni coerenti necessarie a sviluppare l'identità di marca.	Sbalchiero
Marketing e comunicazione d'impresa	Il mestiere del comunicatore Lezione sul ruolo centrale della comunicazione di marca il cui obiettivo è sviluppare una relazione positiva con il consumatore.	Perchinelli
Empowerment	Presentazione counseling Presentazione del servizio di Counseling a cui possono accedere tutti gli iscritti seguita da una sessione di pittura creativa.	Pepe
	Presentazione UPA-Assocomunicazione: 'Gli Italiani, la Green Economy & Communication' aula	
Marketing e comunicazione d'impresa	Marketing che cosa è - 1 Introduzione ai concetti base del marketing come: mercato, orientamenti di marketing, analisi swot, marca, prodotto, ciclo di vita dei prodotti, conto economico del prodotto.	Cividini
	Merceologia contemporanea e sistema dei consumi Lezione sulla società dei consumi, le sue modalità di scambio e i suoi tipi di valori.	Celaschi
	Marketing che cosa è - 2 Introduzione ai concetti base del marketing come: mercato, orientamenti di marketing, analisi swot, marca, prodotto, ciclo di vita dei prodotti, conto economico del prodotto.	Cividini
	aula Il marketing: creazione del valore Descrizione di come un prodotto diventa marca e degli elementi che la identificano.	Perchinelli
processi pubb e agenzia	Le agenzie di comunicazione: tipologia, metodo di lavoro, figure chiave Descrizione delle figure presenti nelle agenzie e dei processi tipo.	Sacco
Marketing e comunicazione d'impresa	Costruzione della marca Descrizione di cosa è una brand e degli strumenti di analisi.	Cividini
processi pubb e agenzia	Le agenzie di comunicazione: metodo di lavoro, reportistica, budgeting Descrizione dei report utili al flusso di lavoro seguita da un'esercitazione sul tema.	Sacco
Marketing e comunicazione d'impresa	Direct marketing Definizione del Direct Marketing, dei suoi elementi fondamentali e dei risultati che si possono ottenere.	Cividini
	Marketing delle emozioni Lezione che mette in evidenza come al centro di tutto ci sia l'uomo e come l'esperienza diventi fondamentale e misurabile (presentazione di metodi di misurazione quali biofeedback e eyetracking).	Gallucci
	Coordinamento del pensiero strategico della marca Definizione del pensiero strategico della marca che risponde alle tre domande: cosa, chi (target), come (mezzi).	Perchinelli
	Non profit Introduzione di carattere storico seguita dall'evidenziazione dell'attività di maggiore importanza (Fundraising) e dei settori di applicazione.	Cividini
	Guerrilla e altri... Marketing Lezione su altri modi con cui si possono affrontare le problematiche di marketing (Fast Marketing, Marketing esperienziale, Retail Marketing, High Tech Marketing, Project Marketing, Guerrilla Marketing, Permission Marketing, Viral Marketing, Holistic Marketing e Mobile Marketing).	Cividini
	Geomarketing e Micromarketing I due temi della lezione sono il Micromarketing, ovvero il processo di segmentazione spinto dal mercato, ed il Geomarketing, che gestisce le relazioni spaziali tra le informazioni e le integra con i dati aziendali e di mercato.	Zanardi
	Brainstorming Descrizione delle tre fasi del Brainstorming - Identificazione del problema, Generazione delle idee, Selezione dell'idea - seguita da un'esercitazione sul tema.	Cividini
	Analisi di mercato Illustrazione di diversi processi di analisi: 4P (Prodotto, Prezzo, Punto vendita, promozione); 4C (Customer Value, Customer convenience, Customer communication, Customer Sales); SWOT - (Strengths -punti di forza, Weaknesses - debolezza, Opportunities - opportunità, Threats - minacce).	Perchinelli
	CRM Lezione sulla strategia Customer Relationship Management il cui obiettivo è selezionare e gestire i rapporti con i clienti, in modo da ottimizzare il valore a lungo termine.	Cividini
	L'account e i ferri del mestiere Lezione sulla figura dell'Account: l'approccio che deve avere col cliente, gli strumenti a sua disposizione e l'attitudine all'ascolto che deve sviluppare.	Perchinelli
	WOM e Mobile Lezione sul Word of Mouth e altre tecnologie sempre più coinvolte nel fare comunicazione (mobile, social media...)	Cividini
	Lancio Esercitazione notturna/Esercitazione notturna Gli studenti, divisi in piccoli team, elaborano una strategia di comunicazione per una Brand in una notte e presentano il risultato del lavoro il giorno successivo.	Levi
	Moodboard Gli studenti, divisi in gruppi, hanno costruito un meta-progetto d'identità che ha avuto come uscita quattro tavole: Moodboard di riferimento; Lifestyle di riferimento; Riferimenti estetici; Media.	Tolino
	Brief e lancio esercitazione marketing Durante la lezione vengono descritti i punti necessari alla costruzione di un brief e viene lanciata l'esercitazione di marketing individuale.	Cividini
	Market e consumer report (Nielsen) Analisi di Market e Consumer Report sul mercato assegnato per l'esercitazione di marketing in team.	Annovazzi
Gli strumenti Nielsen - Millennium Descrizione del funzionamento degli strumenti Nielsen e focus sull'utilizzo di Millennium, software di lettura della banca dati AdEx sugli investimenti pubblicitari.	Bossi	

processi pubbl e agenzia	Nuove tendenze nel retail Lezione su come la marca riscopre il linguaggio del retail per parlare al consumatore.	Lazzati
	Promozioni Lezione sulle promozioni in cui vengono illustrate le strategie principali, le tecniche e viene condiviso un glossario sull'argomento.	Bianca
	Le agenzie di comunicazione: focus su Comunicazione integrata Focus sulla comunicazione integrata e presentazione di alcune case history.	Sacco
	Promozioni Lezione sulle promozioni in cui vengono illustrate le strategie principali, le tecniche e viene condiviso un glossario sull'argomento.	Bianca
	Promozioni - Advergaming Storia, evoluzione e futuro degli advergaming.	Sansone
Creatività	Creatività 1 – Creatività e innovazione, la curva del valore come modello strategico creativo Lezione sulle strategie creative, nuovi modelli per affrontare la competizione.	Terzani
	aula	
VACANZE DI NATALE		
processi pubbl e agenzia	Strategia La lezione descrive come il rapporto con il pubblico stia subendo un cambiamento notevole ed il tempo sia diventato la nuova moneta.	Ussardi
	Le agenzie di comunicazione: focus sul Branding 1 Definizione del processo di Branding (Brand/Platform; Expression; Reputation; Customer Satisfaction).	Sacco
	Design e identità di marca Il tema della lezione è quello del punto vendita inteso come luogo della narrazione in cui, grazie all'idea di coinvolgimento e di ascolto, tutto diventa motivo di comunicazione.	Collina
	Le agenzie di comunicazione: focus sul Branding 2 Presentazione della Brand Architectur e di alcune Case History seguite da un'esercitazione.	Sacco
Empowerment	Public speaking 1 All'inizio sono state riprese alcune delle regole della comunicazione già analizzate in precedenza a cui sono seguite simulazioni di presentazioni con discussione collettiva.	Bandini Buti
processi pubbl e agenzia	Strategia Breve storia del Branding ed illustrazione di ciò che la marca si trova ad affrontare oggi.	Ussardi
	Product placement La lezione dà la definizione di product placement, strumento di comunicazione aziendale mediante cui si progetta e si realizza a fronte di specifici accordi e/o contratti, il collocamento di un prodotto o di una marca all'interno delle scene di un film, di un videoclip, ecc., attraverso il supporto di esempi.	Pellò
Creatività	Creatività 2 – Dal No al Po, neutralità del pensiero creativo Lezione sul pensiero laterale e presentazione di alcune tecniche.	Terzani
	Creatività 2 - Guerrilla e viral. Radici storiche e nuovi trend: dal no logo alla co-generazione dei brand	Terzani
	aula	
	aula	
processi pubbl e agenzia	PR Lezione sulle PR: tecniche ed obiettivi.	Semprini
	Strategia Focus sull'Insight che, in questo scenario, diventa il ponte capace di creare un legame vero e realmente coinvolgente tra il consumatore e ciò che la marca propone.	Ussardi
	Aspetti legali Durante la lezione sono illustrate le problematiche legali legate alla comunicazione (aspetti contrattuali, conformità delle comunicazioni pubblicitarie alla legge, gestione del contenzioso) e i diversi ambiti normativi (Codice del consumo; Codice di autodisciplina; Concorrenza sleale; Responsabilità pre-contrattuale; Responsabilità contrattuale - rischio di Class Action; Tutela dei dati personali).	Tavella
Marketing e comunicazione d'impresa	Presentazione Esercitazione Marketing in team	Perchinelli
processi pubbl e agenzia	Eventi In questa lezione sono state affrontate diverse tematiche quali: le tipologie di eventi, come si presenta un progetto, come è strutturata una agenzia di eventi.	Accatino
Media	Le ricerche sui mezzi La lezione illustra il sistema delle –audi (auditel, audiradio, audiweb, audiposter, audimovie).	Pastore
	Gli strumenti informatici Lezione sugli strumenti informatici che permettono di ottenere le informazioni sui mezzi.	Rotta
	TV Lezione sulla pianificazione pubblicitaria in televisione (glossario, formule, Outline Plan, composizione di un break pubblicitario).	Grifoni
	Pianificazione e flusso Definizione dell'attività media come l'insieme delle analisi, raccomandazioni e azioni che hanno come obiettivo l'ottimizzazione del budget pubblicitario rispetto a vincoli ed obiettivi determinati, e degli step che la caratterizzano.	Vergani
Marketing e comunicazione d'impresa	Presentazione Esercitazione Marketing individuale	Cividini
Media	Audiweb Focus sulla pianificazione in internet (definizioni, strumenti, audiweb).	Alloisio
	Stampa Lezione sulla pianificazione pubblicitaria nella stampa (definizioni, plus e minus di quotidiani e periodici).	Grifoni
	Crossmedialità tra media e creatività Lezione che illustra come, a seguito della crisi finanziaria e del cambio del modello comunicativo, si siano andate affermando delle strutture più fluide.	Sala
	Radio, cine, affissione Lezione sulla pianificazione pubblicitaria in radio, al cinema e nell'out of home.	Grifoni
	aula	
	Il web visto da Google Definizione dei punti chiave del nuovo scenario della rete seguita dall'illustrazione di alcuni applicativi di Google.	Mainella
	Analisi della Ricerca Illustrazione delle tipologie e delle metodologie della ricerca seguite dall'analisi del processo (acquisizione del brief, questionario, campione, errori).	Somai
	Below the line Illustrazione delle possibilità del below the line attraverso case history.	Decio
	Strategia e mercato Descrizione della situazione dei media nei diversi mercati (UK, Germania, Spagna, Francia; Italia) e illustrazione del processo strategico.	Stucchi
	Sinottica Descrizione della grande mappa e sue applicazioni.	Lucchi
processi pubbl e agenzia	Brief Lezione operativa sulla stesura di un brief.	Sacco
	Come si fa un piano di comunicazione Consigli su come fare una buona presentazione.	Levi

Calendario MBC 9

Media	Il Cliente La pianificazione media dal punto di vista delle aziende. Viene illustrato il caso della Danone di cui Marcella Bergamini è Media Director.	Bergamini
	Auditing e TG Lezione sull'Auditing, attività di controllo sistematico e costante delle spese/dei risultati di comunicazione.	Furlanetto
	aula	
	Esercitazione in aula	Grifoni/Rotta
	Redemption della comunicazione Elenco dei mezzi rilevati e messa in evidenza del ruolo centrale del consumatore anche nelle ricerche.	Lucchi
	L'acquisto Lezione sull'acquisto degli spazi dal punto di vista del cliente e focus sulla negoziazione e le sue tecniche.	Bergamini
Creatività	Creatività 3 – Il lusso Segmenti, attributi e ruoli.	Terzani
	Creatività 3 - Fashion Brand Communication Focus sulla comunicazione nell'ambito della moda.	Terzani
Altre attività	L'organizzazione di una casa di produzione - Produzione video Descrizione dei ruoli, delle figure professionali e delle fasi di lavorazione del progetto.	Gatti
	La produzione stampa Lezione che illustra il reparto produzione stampa, i programmi utilizzati e le tipologie degli stampati (supportati da materiale di esempio).	Fabrizi
	Alfabetizzazione e storyboard Definizione degli elementi base del linguaggio audiovisivo.	Mattana
Creatività	Creatività 4 – Sono il suono Lezione sul progetto del Sound Branding.	Terzani
1° Project Work	1° PW - Realizzazione di un piano di comunicazione integrato con particolare attenzione al digital engagement per una nota brand food con target giovani 16/24 anni. Il project work consiste nella simulazione di un progetto di comunicazione. Dato un settore merceologico e un prodotto con caratteristiche generali, si opererà in team per la realizzazione di un brief, di un'analisi di mercato, di una strategia e di un progetto di comunicazione. Al termine del percorso formativo d'aula, i progetti sono discussi e valutati alla presenza di una commissione.	Altomare
Empowerment	Public speaking All'inizio sono state riprese alcune delle regole della comunicazione già analizzate in precedenza a cui sono seguite simulazioni di presentazioni con discussione collettiva.	Bandini Buti
1° Project Work		Altomare
Altre attività	Design Strategico	Zurlo
	aula	
Media	Verifica media	Grifoni
Empowerment	CV - empowerment Simulazione di colloqui seguita da una discussione collettiva.	Bandini Buti
2° Project Work	2° PW - Il project work consiste nella simulazione di un progetto di comunicazione. Dato un settore merceologico e un prodotto con caratteristiche generali, si opererà in team per la realizzazione di un brief, di un'analisi di mercato, di una strategia e di un progetto di comunicazione. Al termine del percorso formativo d'aula, i progetti sono discussi e valutati alla presenza di una commissione.	Perotti