

Calendario lezioni di ECONOMIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE A.A. 2007/2008

N. LEZIONE	PROGRESSIVO ORE ACCADEMICHE	AULA	giorno		ORA	DOCENTE	Contenuti
1	3	Menegazzi	18/02/2008	LUNEDI	09,00-11,15	SIGNORI	Presentazione del corso. I modelli di comunicazione. Il processo di comunicazione.
2	6	Menegazzi	21/02/2008	GIOVEDI	12,00-14,15	GAUDENZI	Il piano di comunicazione. Le fas/- gli obiettivi (ripresa). Esercitazione. IL metodo 50% Happening.
3	9	Menegazzi	25/02/2008	LUNEDI	09,00-11,15	SIGNORI	WHY-WHO-WHAT (HOW) - WHERE- WHEN. IL WHY: Gli obiettivi di comunicazione e il loro controllo. I modelli gerarchici di risposta. L'analisi del WHO. Lo studio del ricevente e i ruoli della comunicazione. La FCB GRID. Esercizio.
4	12	Menegazzi	28/02/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	WHO: L'analisi degli agire di consumo. L'analisi della la mappa di Kvaerk. - esempi esercitazione - La sfida: i diversi mezzi di comunicazione
5	15	Menegazzi	03/03/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	Media selection: media indisponibili e disponibili. Tavola di Bertier Marc, John Christie. Soglia di visibilità. Media Plan.
6	18	Menegazzi	06/03/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	Lo studio del ricevente per la definizione del target gropu. Gli strumenti informativi, le basi dati, il sistema integrato, le RMBI, le ricerche psicografiche, i dati duri. Le brand maps, il cluster mapping.
7	21	Menegazzi	10/03/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	Il modello black box e la misurazione degli indicatori di efficacia tecnica. La pubblicità - Il comparto pubblicitario in Italia. Settori e investimenti.
8	24	Menegazzi	13/03/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	L'analisi del messaggio. Il WHAT e l'HOW. Esercitazioni. (portare materiale e fare esercizio preparatorio). Giornata di avvio e coordinamento GRUPPI DI LAVORO. Attenzione: giornata a rischio per inaugurazione anno accademico. Seguire avvisi.
9	27	Menegazzi	17/03/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	La pubblicità - Il comparto pubblicitario in Italia. Settori e investimenti. Comunicazione per i FMCG. I fornitori "Publitalia" e le lofiche delle IDM.
10	30	Menegazzi	20/03/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	Gli effetti della pubblicità (tecnica ed economica). Le ricerche. Le tecniche di misurazione. Eserpi (casi di successo / casi di insuccesso). (Attenzione. Rischio sospensione lezioni per lauree. Se abbiamo aula facciamo lezione!)
11	33	Menegazzi	27/03/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	Le ricerche di marketing (ripasso generale). Le ricerche psicografiche applicate (Doxa, Sinottica, Tat, Bac 4 C's, Future concept lab). Le ricerche quantitative.
12	36	Menegazzi	31/03/2008	LUNEDI	09,00-11,15	SIGNORI	Le ricerche qualitative. Tecniche proiettive. Tecnica del laddering. I focus groups. Approfondimento ed esercitazioni.
13						-	sospensione lezioni per lasciare il tempo allo studio
14						-	sospensione lezioni per lasciare il tempo allo studio
15	39	Menegazzi	10/04/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	prova di accertamento preparatoria alla seconda parte + le nuove tendenze della comunicazione
16	42	Menegazzi	14/04/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	caso-testimonianza
17	45	Menegazzi	17/04/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	caso-testimonianza
18	48	Menegazzi	21/04/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	caso-testimonianza
19	51	Menegazzi	24/04/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	caso-testimonianza
20	54	Menegazzi	28/04/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	caso-testimonianza
	57	Menegazzi	05/05/2008	LUNEDI	09,00-11,15	GAUDENZI	discussione lavori di gruppo
	60	Menegazzi	08/05/2008	GIOVEDI	11,30-13,45	SIGNORI	discussione lavori di gruppo - FINE CORSO