

# DigitalSchool

**eCAMPUS UNIVERSITÀ**

## MASTER DIGITAL GRAPHIC DESIGN

INSEGNAMENTO: Organizzazione di eventi e ufficio stampa

DOCENTE: Lorenza Lei

Cfu: 6

Indirizzo e-mail: [lorenza.lei@uniecampus.it](mailto:lorenza.lei@uniecampus.it)

SI RICORDA AGLI STUDENTI CHE IN BASE ALLA COMUNICAZIONE DI SEGRETERIA DEL 12/12/2013, I DOCENTI SONO CONTATTABILI ATTRAVERSO IL SISTEMA DI MESSAGGISTICA DELLA PIATTAFORMA.

### RISULTATI DI APPRENDIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire allo studente i seguenti risultati di apprendimento.

1. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione a. conoscenza dei principali aspetti – teorici, tecnici e gestionali – legati all'organizzazione di eventi; b. sviluppo di una buona conoscenza dei media tradizionali e digitali e della capacità di interagire con essi e di padroneggiare gli aspetti promozionali e comunicativi degli eventi.
2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate a. avvio di un itinerario formativo nell'ambito del management e della comunicazione culturale, con particolare riferimento a competenze applicate e abilità di tipo organizzativo, gestionale e di ufficio-stampa nel contesto delle agenzie culturali, di arte, musica, spettacolo e moda; b. sviluppo degli strumenti di base per la progettazione e l'organizzazione di eventi (mostre d'arte, conferenze, convegni, concerti, spettacoli, sfilate di moda etc.) e della capacità di definirne e pianificarne gli obiettivi, le finalità e la sostenibilità economico-finanziaria; c. sviluppo di abilità fondamentali nel campo del lavoro di ufficio-stampa e di comunicazione culturale.

### PROGRAMMA DETTAGLIATO

- Nucleo tematico n° 1 - «LA COMUNICAZIONE» (lezz. 2-9):
  - La comunicazione
  - Gli assiomi della comunicazione
  - L'aspetto di relazione
  - Il terzo assioma
  - Il quarto e quinto assioma
  - Relazioni pubbliche
  - "Pencils"
  - Verbale e analogico
- Nucleo tematico n° 2 - «LA PROGETTAZIONE» (lezz. 10-18):
  - Dove e come nasce l'idea
  - Cos'è un evento
  - Piano marketing
  - Formulazione del piano marketing

- Il target
- Il lavoro redazionale
- La radio e la televisione
- Forme di advertising
- Pubblicità esterna
- Nucleo tematico n° 3 - «EVENTO PARTE TECNICA» (lezz. 19-25):
  - Principali regole dell'organizzazione di un evento
  - Check-list e diagramma di flusso
  - “Teoria delle relazioni pubbliche”
  - La promozione dell'evento
  - Individuazione dei rischi
  - Allocazione dei rischi
  - Logistica
- Nucleo tematico n° 4 - «UFFICIO STAMPA PARTE TECNICA» (lezz. 26-31):
  - Come organizzare un ufficio stampa
  - Il profilo personale dell'addetto-stampa
  - Azioni di invito e recall per i giornalisti
  - Recall
  - Produzione materiale post-evento
- Nucleo tematico n° 5 - «ASPETTI ORGANIZZATIVI»(lezz. 32-35):
  - Aspetti organizzativi
  - I cartelli pubblicitari
  - Check-list di controllo
  - Organizzazione eventi artistici
- Nucleo tematico n° 6 - «CULTURA E COMUNICAZIONE» (lezz. 36-46):
  - Definizione del termine “cultura”
  - Antropologia e cultura
  - Aspetti materiali ed immateriali
  - Il contributo di Talcott Parsons
  - Storia della cultura della comunicazione
  - Cultura e culture nella comunicazione
  - Cultura e culture nella comunicazione – parte II
  - Cultura e culture nella comunicazione – parte III
  - Identità culturale
  - Identità culturale – parte II
  - Internet come strumento di comunicazione.

## CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

- Con riferimento alle conoscenze e capacità di comprensione l'esame finale valuterà l'acquisizione da parte dello studente delle nozioni fondamentali relative agli argomenti elencati nel programma dettagliato dell'insegnamento.
- Con riferimento all'applicazione delle conoscenze e capacità acquisite l'esame finale valuterà la capacità dello studente di collegare i diversi concetti e temi trattati e più in generale la capacità di organizzare un evento, un ufficio stampa e una campagna di comunicazione in tutte le sue fasi.

## MODALITÀ DI SVOLGIMENTO ESAME E CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Gli esami si svolgeranno seguendo le attuali normative dell'Ateneo secondo le disposizioni dei criteri di attribuzioni previsti.

## MATERIALE DIDATTICO

Agli studenti si consiglia di completare la preparazione per l'esame integrando i materiali didattici disponibili sulla piattaforma con i seguenti volumi:

1. "Et net. La rete delle reti" – Lorenza Lei, Rubettino Editore 2014
2. "Uffici stampa. Dottrina e tecnica della comunicazione «timbrata» di aziende, enti, istituzioni" - Vieri Poggiali, CDG Edizioni, 3ed.

Il materiale fornito dal docente è esaustivo al fine del superamento dell'esame.

## CONSIGLI DEL DOCENTE

Per sostenere l'esame è obbligatorio completare la preparazione scaricando tutto il materiale disponibile sulla piattaforma. Per qualsiasi dubbio lo studente non deve esitare a contattare il docente tramite il sistema di messaggistica presente nell'Area riservata.