

BRANDING PILLS**A cura di Alessandra Colucci e Vincenzo Bernabei****Coordinatori del Master in Brand Management****Aula Magna, piano terra > Ore 11**

Il brand management è sempre più importante per qualsiasi organizzazione o individuo, ma spesso è difficile da comprendere nei suoi obiettivi e meccanismi. Questo perché si tratta di un'attività molto variegata, che può arrivare a coinvolgere molteplici figure professionali, che necessariamente unisce strategie e creatività secondo un preciso metodo progettuale. Durante la lezione si verrà guidati in un breve excursus tra competenze, ruoli e strumenti del brand management e si parlerà delle specificità e delle opportunità di impiego in qualsiasi settore.

Alessandra Colucci

Brand Care consultant e titolare di Queimada - Brand Care nella quale si occupa prevalentemente di accounting, branding, marketing e strategie di posizionamento. Esperta di brand building, produzione audiovisiva, product placement. Autrice di Economia del cinema e forme di visibilità nel web pubblicato sulla rivista Close-up (novembre 2007), nonché editrice e contributor di Brand Care magazine. Dal luglio del 2009 fa parte di Serendipity Lab per Nòva Lab - Il Sole 24 ore. Da ottobre 2009 parla di brand, marketing e comunicazione sul suo personal blog.

Vincenzo Bernabei

È Dottore di ricerca in Scienze della Comunicazione. Docente di Media Strategy a IED Management Lab. Ha pubblicato saggi e articoli sui consumi seriali, sul digitale, sulla marca e sui media, tra cui le monografie Shared identities. Processi culturali e nuove forme del sé (Ipermedium, Napoli 2012) e Cinema: evasione. Strategie di fuga nel più invasivo dei media (Tilapia, Napoli 2007). È consulente d'impresa e formatore nel campo del branding e della comunicazione.

FUTURO: IMMAGINARIO E PROSPETTIVE PER IL FASHION MADE IN ITALY**A cura di Fabiola Cinque****Coordinatrice del Master in Comunicazione e Marketing per la moda****Aula Magna, piano terra > Ore 12**

Dai riflettori puntati sul ruolo chiave del Made in Italy nello sviluppo del sistema industriale, al capovolgimento delle prospettive note attraverso frontiere di sperimentazione ed innovazione, in un percorso che va dall'approccio delle nuove metodologie e tecnologie di produzione, fino all'orientamento del gusto del pubblico verso la ricerca di uno stile. Il tutto per scoprire letteralmente il fenomeno della moda italiana attraverso la rappresentazione ideale "dell'italianità" nell'immaginario collettivo del resto del mondo. Quella che sarà la vera innovazione sarà un cambio di punto di vista radicale.

Fabiola Cinque

Fondatrice nel 1996 della società Fivegraphic Srl, agenzia di comunicazione e pubblicità, boutique creativa di cui è Amministratore Unico e Direttore Creativo. Dal 2000 la Fivegraphic srl entra a far parte di un Network di competenze costituito da diversi partner e crea la nuova società Only4Few, dedicata all'organizzazione di eventi ed all'ufficio stampa di clienti esclusivi tra cui Elena Mirò, Diana Gallesi, Carlo Chionna, Madame Grillet; Tilù Haute Couture, Chopard Roma. S'interessa di comunicazione e moda dal '98 curando l'immagine di griffe ed eventi e presentazioni di moda in varie città italiane. Dal 2000 insegna Teorie e Tecniche della Comunicazione Pubblicitaria all'Università LUMSA di Roma, oltre a collaborare con altri Istituti di Formazione sia in Italia che all'estero.

PERCHÉ L'ARTE HA BISOGNO DI CURATORI ANCHE SE NON È MALATA?

A cura di Viviana Gravano e Giulia Grechi

Coordinatori del Master in Curatore Museale e di Eventi

Aula Magna, piano terra > Ore 13

Il Master in Curatore Museale e di Eventi intende fornire gli strumenti necessari per poter organizzare sia eventi espositivi che performativi, rassegne video, eventi urbani e di public art. La figura del Curatore di Arte Contemporanea ha acquisito in tempi recenti un valore sempre più centrale nella programmazione sia degli spazi pubblici che di quelli privati. Negli ultimi anni il concetto di arte pubblica vede sia un ribaltamento della nozione di spazio, da luogo fisico a contesto sociale, sia il passaggio graduale dall'ammirazione di un pubblico di spettatori al coinvolgimento di una determinata comunità tramite l'uso di metodi processuali e collaborativi.

Viviana Gravano

Docente di Storia dell'Arte Contemporanea presso l'Accademia di Belle Arti di Napoli.

Curatrice d'arte contemporanea freelance. È stata direttore artistico della Galleria LopLop e della Galleria Nova di Roma. È stata vicedirettore della rivista AVATAR, Meltemi Editore e Direttore del Magazine online Roots§Routes Research on Visual Culture. È Presidente della Routes Agency Cura of Contemporary Arts, Roma. Ha pubblicato tra gli altri i saggi: L'immagine fotografica, Mimesis, Milano 1997; Crossing. Progetti fotografici di confine, Costa & Nolan, Milano 1998; Paesaggi Attivi, Saggio contro la contemplazione, Costa & Nolan, Milano 2009.

Giulia Grechi

Laureata in Scienze della Comunicazione all'Università La Sapienza di Roma con una tesi in Antropologia Culturale e Dottore di Ricerca in teoria e Ricerca Sociale con uno studio sulla rappresentazione del corpo. I suoi interessi teorici e di ricerca si collocano in un territorio interdisciplinare tra antropologia, comunicazione, studi culturali e postcoloniali, con una particolare attenzione alla relazione tra antropologia e arte contemporanea. È caporedattrice della del Magazine online Roots§Routes Research on Visual Cultures.

Ha recentemente pubblicato La rappresentazione incorporata. Una etnografia del corpo tra stereotipi coloniali e arte contemporanea, Bonanno Editore, Roma, 2010.

UN RAGAZZO INCONTRA UNA RAGAZZA...

A cura di Michele Abatantuono

Coordinatore del Corso di Formazione Avanzata Scrivere

Serie TV e Web Series

Aula A1, piano terra > Ore 11

"Boy meets Girl...": un ragazzo incontra una ragazza... e si innamorano. Una storia vecchia come il mondo, eppure non passa stagione senza che tra i principali incassi mondiali del cinema o tra le fiction tv di successo non ve ne sia almeno una. Ma come "funziona" narrativamente una storia d'amore? Quali sono i suoi segreti strutturali? Di questo e altri "segreti del mestiere" si parlerà durante la lectio.

Michele Abatantuono

Sceneggiatore e story editor. Per Endemol e Mediaset ha scritto più di 600 ore di fiction. È stato docente di sceneggiatura presso il corso Rai Script e la Scuola Holden. Ha tenuto moduli didattici per il Laboratorio Nuovi Contenuti Telecom/Mediaset. Per Cattleya ha scritto web-series e progetti intermediali. Ha sviluppato progetti di branded-series per il Web e sviluppa progetti di storytelling applicati al management e alla formazione. È stato per diversi anni nel direttivo della SACT (Scrittori Associati di Cinema e Televisione), ed è membro dell'Osservatorio Nazionale del Corporate Storytelling.

PROGETTARE MONDI: LA DIMENSIONE PUBBLICA DELL'INTERIOR DESIGN

A cura di Alberto Iacovoni

Coordinatore del Master in Interior Design for Public Spaces (in lingua inglese)

Aula A1, piano terra > Ore 12

Dai front office delle banche o delle istituzioni pubbliche, agli spazi del sacro e dello spettacolo, dagli allestimenti per le fiere a quelli per lo shopping, l'interior design assume una dimensione in cui le problematiche progettuali si integrano con altre discipline quali la comunicazione visiva, il design dell'esperienza, in una dimensione a cavallo tra il progetto di interni, la scala dell'oggetto e il progetto della città.

Alberto Iacovoni

Alberto Iacovoni, architetto, è membro fondatore di ma0/emeazero, studio d'architettura la cui attività spazia dagli allestimenti multimediali ed interattivi fino alla progettazione urbana, con cui ottiene numerosi riconoscimenti in concorsi nazionali ed internazionali, partecipa a mostre (X, XI, XII Biennale di Architettura di Venezia) e pubblica sulle più importanti riviste e testate di architettura. Ha svolto attività didattica in varie università ed istituti di formazione. Attualmente è Coordinatore Culturale presso la sede romana dell'Istituto Europeo di Design.

CIBO: SOPRAVVIVENZA E BELLEZZA NEL MONDO CONTEMPORANEO

A cura di Nerina Di Nunzio e Francesco Subioli
Coordinatori del Master in Food Design (in lingua inglese)
Aula A1, piano terra > Ore 13

Il cibo non rappresenta più un fabbisogno fondamentale ma è, soprattutto, un'esperienza sensoriale, dalla gestione delle materie prime alle modalità di consumo. Progettare un cibo, vestirlo col packaging, costruirgli una potenzialità mediatica, studiare e disegnare i luoghi dove viene venduto e consumato.

Il Master in Food Design, giunto alla quinta edizione, è diventato un punto di riferimento per puristi della materia arricchita e alleggerita dagli aspetti legati alla sensorialità, alla sinestesia, all'esperienza pratica di tasting nelle aziende

Francesco Subioli

Art director e project manager nel campo della progettazione: Industrial, Graphic, Exhibition Design. Alterna l'attività professionale con docenze e formazione in Università e scuole private. Ha collaborato prima con Studio Random e poi con Studio Kromosoma (www.kromosoma.com).

È membro Adi (Compasso d'Oro) nell'ambito del quale è consigliere del Dipartimento Progettisti.

Nerina Di Nunzio

Esperta di comunicazione e marketing digitale, ha lavorato nelle telecomunicazioni, in banca e nella formazione, si è specializzata sui temi dell'enogastronomia. È stata Marketing and Communication Manager di Gambero Rosso Holding, nota casa editrice food and wine italiana. Fondatrice della società di consulenza Food Confidential, insegna e progetta corsi legati all'alta formazione post universitaria.

IL MARKETING DEL LUSSO AL TEMPO DELLA CRISI

A cura di Stefano Rocca
Coordinatore del Master in
Luxury Marketing Management (in lingua inglese)
Aula A2, piano terra > Ore 11

Perché nonostante la crisi il mercato dei beni di lusso cresce anno dopo anno e non prevede rallentamenti nei prossimi tre anni? Secondo le analisi di Alta Gamma il mercato nel segmento del lusso si prospetta ancora in crescita. Quali sono le parole chiave di questo mondo affascinante? Esiste una vera differenza tra moda e lusso, tra mass marketing e luxury marketing? Quali sono le tendenze del mercato? La lectio magistralis affronterà questi e altri temi con un occhio alla crisi e al suo impatto sui consumatori del lusso.

Stefano Rocca

Ha lavorato 20 anni in Bulgari. È stato direttore del negozio di Roma in Via de' Condotti, Responsabile Vendite del gruppo, Direttore Corporate del Trade Marketing, Direttore della Qualità e dello Sviluppo, Direttore della formazione e comunicazione interna del gruppo. Dal 2004 svolge attività di consulenza per Chopard, Mercedes Italia, Enigma, Gruppo Binda. È stato Direttore Vendite, Marketing e sviluppo prodotto di Richard Ginori. Oggi è Board Advisor di Vhernier.

WEB ADVERTISING

A cura di Franco Zeri
Coordinatore del Corso di Formazione Avanzata in Web Design
Aula A2, piano terra > Ore 12

Come dare notorietà e visibilità al nostro sito internet?

I media digitali e i social network sono oggi strumenti indispensabili per la realizzazione di una efficace campagna pubblicitaria online, la promozione e il lancio di un sito internet.

Franco Zeri

Art director e designer dei media digitali. Collabora con Rai International per il settore Internet e la grafica televisiva ed editoriale, curando sul sito di Rai International-Italica la rubrica "galleria arte contemporanea". Insegna allo IED e all'Università La Sapienza di Roma. Ha pubblicato per le edizioni Hyperlab tre e-book sulla Teoria del Colore.

L'IMMAGINE NELLO SPETTACOLO

A cura di Bonizza Giordani Aragno
Coordinatrice del Master in Stylist per la moda e lo spettacolo
Aula A2, piano terra > Ore 13

L'immagine come prodotto culturale, storico, sociale si trasforma attraverso mille mediazioni.

Essa rappresenta un momento importante della comunicazione, usa linguaggi visivi basati su codici ben precisi che si riferiscono all'immediato. La moda esperta di metafore punta sulla diversità creativa, mescolando e frantumando tutto per rinnovarsi. La capacità di determinare all'istante una personalità ben distinta è la qualità principale dello Stylist che attinge al mondo dei media e a quello della moda in ugual misura. Durante la lectio si approfondirà questa figura affascinante e complessa.

Bonizza Giordani Aragno

Docente di Storia del Costume e della Moda. Caporedattore della rivista Audrey. Organizzatrice e curatrice di mostre ed eventi. Autrice di testi e monografie di moda e costume. Direttore scientifico della Fondazione Micol Fontana. Ha svolto una ricca attività come scenografa - costumista per il teatro e per la televisione.