

# NABA

NUOVA ACCADEMIA  
DI BELLE ARTI

## CORSI BREVI

---

**A.A. 2024-25**  
**SYLLABUS**

Brand communication:  
comunicazione,  
strategie e fondamenti  
di marketing - corso  
serale

[www.naba.it](http://www.naba.it)

# BRAND COMMUNICATION

## comunicazione, strategie e fondamenti di marketing

---

### DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso evidenzia l'importanza strategica e storica di possedere un'immagine solida, caratteristica distintiva e memorabile sul proprio mercato di appartenenza. L'identità di marca è un insieme di associazioni mentali e funzionali tra i clienti e l'azienda che crea la consapevolezza necessaria oggi per rafforzare la sua lealtà, la buona reputazione, il comportamento etico, l'affidabilità e, soprattutto, un feedback infinito su tutti i media.

Queste associazioni possono includere risorse grafiche (ad esempio logo, colori aziendali e layout e design del formato), linguaggio e tono (melodia della firma, slogan, stile di copywriting e neuro-comunicazione), promesse generali, vantaggi e, soprattutto, i valori fondamentali da trasmettere.

Il corso è dedicato all'acquisizione di strumenti e competenze per far evolvere la capacità degli studenti di ricercare, riconoscere, analizzare e costruire personalità di Brand complete, al fine di trasformare tutti i valori simbolici, tangibili o intangibili dell'impresa in un progetto creativo di comunicazione ad alto valore aggiunto.

Il corso sarà così strutturato:

- introduzione al panorama della comunicazione commerciale;
- design, pubblicità, posizionamento di mercato;
- dal marketing al brand; cos'è un logo; cos'è una identità di impresa;
- il sistema comunicativo a 360°; i modelli di progettazione branding.
- il sistema valoriale di un'impresa; scoprire un manuale di brand identity.
- corporate image vista da un punto di vista internazionale; corporate image vista da un punto di vista italiano; brand e comunicazione; brand e advertising; il brand nell'epoca digitale.

### OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI

- Visione dello scenario della comunicazione commerciale.
- Corretta distinzione tra marketing, pubblicità e branding, attraverso esempi, casi studio e piccoli workshop.
- Concepimento e sviluppo di strategie e tattiche di branding, attraverso il metodo del design thinking.
- Visione di un brand contemporaneo, come modello e sistema operativo costruito

### Contacts

# BRAND COMMUNICATION

## comunicazione, strategie e fondamenti di marketing

---

su valori unici, distintivi e appetibili per il target.

- Controllo su tutte le funzioni di relazione che il brand può esercitare in ogni ambito della comunicazione (tradizionale, digitale e social).

### METODOLOGIA FORMATIVA

Il corso si svilupperà contemporaneamente su base teorica (lezioni frontali sulle logiche del brand e sugli approcci alla comunicazione di sistema) e pratica (esercitazioni e workshop su brief reali).

### REQUISITI NECESSARI

Livello avanzato: è richiesta una conoscenza pregressa nel campo della grafica, in questo corso ci si focalizza sul marketing e sulle migliori strategie di comunicazione da attuare.

### MATERIALI PER IL CORSO

Verranno condivisi materiali PDF.

### MODALITÀ DI VALUTAZIONE

Il corso prevede la presentazione finale di un progetto, proposto dal docente e sviluppato durante le ore del corso. Il progetto può essere definito individualmente o in gruppo.

## FACULTY

### ALESSANDRO BAICI

Classe 1960, è consulente in comunicazione e pubblicità dal 1987. Ha ricoperto ruoli che vanno dal copywriting allo sviluppo web, collaborando con diverse agenzie pubblicitarie milanesi, tra cui *Publicis Italia*, *Carmi* e *Ubertis Communication*, *Studio Colella Design* e *Studio Agazzi*. In particolare ha curato progetti per *Swisscom*, *Cremeria Motta*, *UniCredit Bank*, *AXA Insurance Italy*, *Dainese*, *Fujitsu Italy*, *Buitoni*, *Parmalat*, *Ticket Restaurant*, *Zuegg* e molti altri grandi marchi. Nel 2009, con *Studio Agazzi*, vince il concorso *Brand Identity GrandiPrix* (primo premio).

### Contacts

---

# BRAND COMMUNICATION

comunicazione, strategie e fondamenti di marketing

## INFORMAZIONI GENERALI

### Seconda sessione

#### DETTAGLI PERIODO

PERIODO	DURATA - ORARIO	COSTO
mercoledì 05.03.2025	35 ore, frequenza settimanale	750€*
mercoledì 04.06.2025	19:30 - 22:00	

  

LINGUA	LIVELLO CORSO	CREDITI
Italiano	Avanzato	2 ECTS**

\*condizioni speciali

\*\* A tutti coloro che non desiderano sostenere la prova di verifica finale per il conseguimento dei crediti ECTS, potrà essere rilasciato un attestato di frequenza. Il Coordinamento Accademico si riserva di verificare l'effettiva frequenza di almeno l'80% del monte ore di lezione prima di rilasciare l'attestato.

#### Crediti ECTS:

I crediti ECTS verranno erogati dietro superamento della prova di verifica finale attestante il raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi a coloro che avranno frequentato almeno l'80% del monte ore di lezione.

Transcript ECTS: € 150

## Contacts