

Insegnamento Strategie di marketing delle opere interattive

SSD SECS-P/06

CFU 6

Eventuale articolazione in moduli

Anno di corso I

Semestre

Docente/i Gianluigi Fedeli

e-mail g.fedeli@unilink.it

Ricevimento Venerdì h. 17.00

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire i seguenti risultati di apprendimento:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione questo corso intende illustrare le varie tecniche di marketing passate e attuali per la diffusione dell'opera interattiva, attraverso la storia stessa delle varie forme di arte interattiva fino ad arrivare al videogame che da semplice intrattenimento si è evoluto a reale forma d'arte.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate lo studente potrà quindi acquisire il modo corretto per pianificare una campagna tesa a promuovere il videogame.
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** Gli studenti potranno sviluppare le proprie capacità autonome di giudizio in relazione alle tematiche dell'insegnamento, mediante le attività di didattica (erogativa e interattiva).
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** L'insegnamento, mediante le attività di didattica erogativa e interattiva, svilupperà le abilità comunicative degli studenti nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle diverse problematiche da affrontare.
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** Nella prova orale dell'esame, il voto finale sarà attribuito attraverso una valutazione della comprensione e della capacità di applicazione dello studente dei concetti spiegati durante il corso, oltre a valutare l'abilità e la capacità espositiva dello studente.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

Saranno trattati nello specifico i seguenti temi:

- Arte interattiva dal tromp-l'oeil di Parrasio a The Golden Calf di Jeffrey Shaw, viaggio nei maggiori movimenti d'arte fino ad arrivare alle opere interattive di Myron Krueger, Jeffrey Shaw, Lynn Hershman, Studio Azzurro.
- Il "Cyberspazio di Consumo" – Dal "giocatore di scacchi" di Leonardo Torres Que vedo ai videogiochi di ultima generazione il marketing si modifica per adeguarsi al nuovo media
- Nuove forme d'espressione all'indomani della comparsa dell' "VIII arte": i videogiochi.
- Vr e Metaver so, nuovi sviluppi per il marketing digitale
- Il business dell'intrattenimento interattivo – struttura generale del mercato intermediale, errori geoculturali nel marketing dei videogiochi, il videogioco come

veicolo pubblicitario

- Psicologia del videogiatore – come i videogames possono influenzare la mente e il comportamento dei propri fruitori
- Storytelling – comunicare un messaggio preciso ad un pubblico preciso e organizzare il marketing del prodotto
- Il Trailer – tipologia, struttura e creazione del trailer per la presentazione del prodotto videoludico.
- Gamification e PEGI – il gioco applicato in un contesto di marketing non necessariamente videoludico. Utilizzo del Pan European Game Information per diffondere al meglio il prodotto
- Organizzazione campagna marketing

EVENTUALI PROPEDEUTICITÀ CONSIGLIATE

Nessuna

METODI DIDATTICI

Le attività didattiche saranno condotte attraverso...

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME

L'esame si svolgerà unicamente mediante una prova orale alla fine del corso

CRITERI DI VALUTAZIONE

Al completamento del percorso formativo dell'insegnamento si valuterà la capacità della/o studente di:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** 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 dell'insegnamento.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** applicare...
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** aver maturato una capacità...
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** avere padronanza...
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** utilizzare gli strumenti concettuali e metodologici acquisiti...

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Nella prova orale dell'esame, il voto finale sarà attribuito attraverso una valutazione della comprensione e della capacità di applicazione dello studente dei concetti spiegati durante il corso, oltre a valutare l'abilità e la capacità espositiva dello studente.

Il voto si attribuisce in trentesimi, a cui si aggiunge possibilità di lode. Il voto finale rispecchia la preparazione dello studente come di seguito indicato:

Voto	Descrittori
------	-------------

< 18 insufficiente	Conoscenze frammentarie e superficiali dei contenuti, errori nell'applicare i concetti, esposizione carente.
18-20	Conoscenze dei contenuti sufficienti ma generali, esposizione semplice, incertezze nell'applicazione di concetti teorici.
21-23	Conoscenze dei contenuti appropriate ma non approfondite, capacità di applicare i concetti teorici, capacità di presentare i contenuti in modo semplice.
24-25	Conoscenze dei contenuti appropriate ed ampie, discreta capacità di applicazione delle conoscenze, capacità di presentare i contenuti in modo articolato.
26-27	Conoscenze dei contenuti precise e complete, buona capacità di applicare le conoscenze, capacità di analisi, esposizione chiara e corretta.
28-29	Conoscenze dei contenuti ampie, complete ed approfondite, buona applicazione dei contenuti, buona capacità di analisi e di sintesi, esposizione sicura e corretta.
30 30 e lode	Conoscenze dei contenuti molto ampie, complete ed approfondite, capacità ben consolidata di applicare i contenuti, ottima capacità di analisi, di sintesi e di collegamenti interdisciplinari, padronanza di esposizione.

MATERIALE DIDATTICO

Gli studenti sono tenuti a completare la preparazione per l'esame usando i materiali didattici discussi durante le lezioni e facoltativamente ad approfondire l'argomento attraverso i seguenti testi:

- Arte Interattiva - Teoria e artisti di Fausto Tomei, Pendragon 2006
- Il Videogioco - Mercato, giochi e giocatori di Marco A. Rickards e F. Vannucchi, Mondadori Università 2021
- Metaverso – Cosa significa, chi lo controllerà e perché sta rivoluzionando le nostre vite di Matthew Ball. Garzanti 2023
- Psicologia dei videogiochi - Stefano Triberti, Luca Argenton. Apogeo Education Maggioli Editore, 2019
- Cinema e Videogame - Nicolas Blich. Unicopli 2019

CONSIGLI DEL DOCENTE

Si suggerisce agli studenti afferenti alla categoria 'part-time/lavoratori' o impossibilitati a prendere parte alle lezioni in maniera continuativa di prendere contatto con il docente per esaminare insieme necessità formative specifiche.