

Corso di formazione Palliative Marketing II

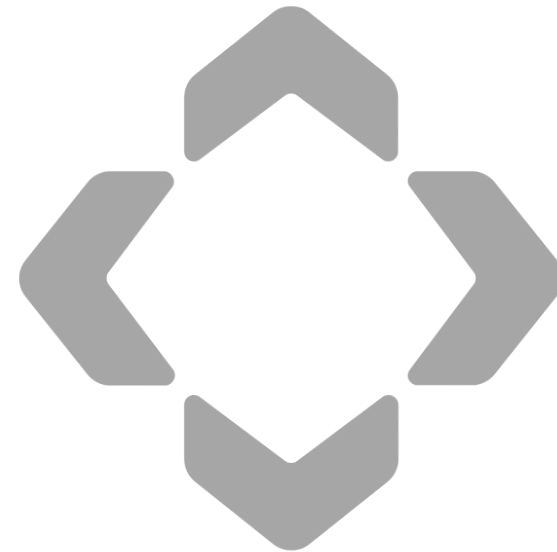
2024

Corso di formazione Palliative Marketing II

Etica della rappresentazione in marketing: stereotipi impliciti, complessità sociale e linguaggio

1. Introduzione a Palliative Marketing
(23 settembre 2024, dalle ore 18 alle ore 20)
2. Il dramma della rappresentazione e la storia del marketing come immagine
(28 ottobre 2024, dalle ore 18 alle ore 20)
3. Marketing, complessità sociale e linguaggio
(18 novembre 2024, dalle ore 18 alle ore 20)
4. Esempi di stereotipi in marketing e performatività del mercato
(12 dicembre 2024, dalle ore 18 alle ore 20)
5. Etica della rappresentazione e conclusione
(18 gennaio 2025, dalle ore 9 alle ore 13)

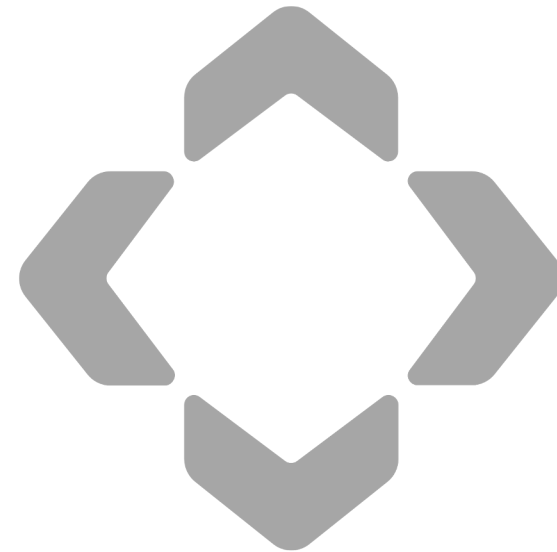
Scadenza per invio elaborato finale: 30 marzo 2025.



Presentazione del corso

Etica della rappresentazione in marketing: stereotipi impliciti, complessità sociale e linguaggio

Durante il corso di formazione l'attenzione sarà rivolta alla relazione tra marketing e rappresentazione. Si indagheranno le modalità attraverso cui il marketing rappresenta la nostra società e, al contempo, come queste rappresentazioni, prodotte dal marketing stesso, influenzano e a tratti condizionano il nostro modo di pensare la realtà e agire in essa. Proposito del corso sarà quello di elaborare un'etica della rappresentazione in marketing che possa raccontare la complessità umana senza stereotipizzarla, a beneficio di consumatori, imprese e società.



Modalità e obiettivi

Etica della rappresentazione in marketing: stereotipi impliciti, complessità sociale e linguaggio

- L'obiettivo principale non è quello di sviluppare un corso nozionistico, bensì un percorso che alleni una certa postura e sensibilità.
- La modalità didattica sarà, quindi, allineata con questo scopo primario.
- L'elaborato finale rappresenterà l'occasione per riflettere, grazie alla postura allenata nel corso, su una rappresentazione di marketing (iniziativa pubblicitaria, prodotto specifico, narrazione di brand, etc.) o, più in generale, su un tema in cui il marketing tradizionale risulta problematico.

