



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2018/2019

MARKETING POLITICO, COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E MEDIA

Anno immatricolazione	2017/2018
Anno offerta	2018/2019
Normativa	DM270
SSD	SPS/04 (SCIENZA POLITICA)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE PROFESSIONALE E MULTIMEDIALITÀ
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	2°
Periodo didattico	Primo Semestre (01/10/2018 - 14/12/2018)
Crediti	9
Ore	54 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	ORALE
Docente	LEGNANTE GUIDO (titolare) - 6 CFU CHIAPPONI FLAVIO - 3 CFU
Prerequisiti	
Obiettivi formativi	<p>Lo studio e l'applicazione del marketing politico si interseca con quello delle relazioni fra i media e la competizione politica: complessità delle relazioni mediali, strategie multimediali e diversificazione dei messaggi rivolti a target diversi.</p> <p>Il corso fornisce agli studenti conoscenze e strumenti per l'analisi e la pratica del marketing politico, sia nella sua evoluzione e collocazione nel contesto della competizione politico-elettorale, sia nell'analisi di strategie concrete e dei loro effetti.</p> <p>Con particolare riferimento al caso italiano, verranno analizzate criticamente teorie, concetti, ricerche e casi empirici; inoltre, uno specifico approfondimento riguarderà il raccordo tra il singolare ambiente mediatico italiano e la costruzione della leadership politica, che vede l'emergere e l'affermarsi di leader accentuatamente</p>

	"populisti".
Programma e contenuti	<ol style="list-style-type: none"> 1. il marketing politico: al confine fra diverse aree di ricerca; 2. il mercato "elettorale" e la sua evoluzione; 3. mercato elettorale e media; 4. a cosa serve il marketing politico?; 5. l'evoluzione del marketing politico; 6. marketing politico e media: "effetti", problemi e prospettive; 7. Le elezioni nella "seconda Repubblica" 8. Il caso delle elezioni del 2013. 9. Media, leadership politica e populismo
Metodi didattici	Il corso prevede lezioni frontali e approfondimenti seminariali, con la lettura e la discussione a lezione di materiali supplementari. In alternativa a una parte del programma d'esame, gli studenti motivati potranno richiedere al docente di concordare una ricerca con relazione le cui modalità verranno specificate all'inizio del corso
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> • G. Legnante (a cura di), Dispensa di "Marketing politico e media" (edizione 2018-2019). • E. De Blasio et al., "Leadership politica e costruzione del consenso", Roma, Carocci, 2012.
Modalità verifica apprendimento	Seminari e esame orale
Altre informazioni	Nessuna
Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile	\$lbl legenda sviluppo sostenibile