

“Media Maker” ha l’obiettivo di raccontare un sistema professionale, quello dei media, della comunicazione commerciale e delle attività di marketing, che richiede sempre più competenze ibride tra il saper fare commerciale e quello editoriale.

Con la moltiplicazione dei canali TV, Radio, WEB, Social si moltiplicano anche i professionisti che devono saper integrare gli obiettivi dei brand con la specificità dei contenuti editoriali.

Il seminario è una sintesi di un corso trans-disciplinare che attraverso 8 percorsi dedicati a diverse aree della conoscenza (comunicazione, semiotica, tecnologia, economica, statistica, storia, diritto, etica) affronta gli argomenti di maggior interesse per i professionisti della comunicazione commerciale, come l’utilizzo delle tecnologie avanzate nelle varie attività marketing.



Il seminario, tenuto da Marina Ceravolo venerdì 3 Dicembre ore 11/13 a Casa Paganini è inserito nell'ambito del corso di laurea magistrale in "Digital Humanities - Comunicazione e Nuovi Media" dell'Università degli Studi di Genova (<https://corsi.unige.it/9913>).

Per informazioni relative al seminario: www.casapaganini.org

<LINK A ZOOM

<https://us06web.zoom.us/j/6303759496?pwd=SG5adIR2Nk5lVDlpY3FuNXFXK0dTdz09>

Bio Marina Ceravolo

oggi consulente di Rai Pubblicità, è stata Direttore Eventi e Comunicazione della concessionaria di Rai dove ha svolto anche il ruolo di Direttore Ricerche. In Sipra si è specializzata in multimedialità in quanto, come Direttore del Marketing Editoriale Pubblicitario, è stata responsabile delle varie piattaforme pubblicitarie di Rai (TV, Radio, Web). In precedenza si è occupata di stime pubblicitarie televisive, dove ha anche utilizzato, agli inizi degli anni 2000, software che utilizzavano Intelligenza artificiale realizzato dal DIST di Genova. Fino al 1995, ha lavorato in Publicitas, società che si occupava tra l'altro di sponsoring sportivo e culturale, dove era il dirigente responsabile della comunicazione e del marketing (ruolo che comprendeva anche le ricerche), sempre in questa azienda si è occupata anche di promozione per la pubblicità cinematografica e radiofonica (per RMC). Professionista Pubblicitaria dal 1982, si è laureata alla Statale di Milano con una tesi sulla sociologia dei media e sulle impaginazioni pubblicitarie coerenti al contesto editoriale. E' coautrice di "Per sponsorizzare" (Marketing Finanza Italia), ha pubblicato "La cultura della sponsorizzazione" (Editrice Comunicare), "Il ruolo della donna in pubblicità" (Dedalo) e un saggio sulla coerenza linguistica tra spot e contesti televisivi pubblicato nel volume "La scatola nera della pubblicità", curato da Aldo Grasso, edito da Sipra. All'Università Statale di Milano, nell'ambito del corso di laurea "Comunicazione e società", e all'Accademia di Comunicazione, ha tenuto lezioni e corsi sulla comunicazione pubblicitaria e sulle sponsorizzazioni. Allo Iulm lezioni su "costruire eventi".