

Capitolo 17

D1 *Tipologie di modelli comunicazionali* (pagina 8-9)

Per ciascuno dei modelli comunicazionali (lineare, a due input, interattivo) indicate un esempio dalla realtà, precisando ogni elemento costitutivo del processo.

D2 *Corporate Communication* (pagina 9)

Identificate, su fonti web, un esempio di spot televisivo riferito alla comunicazione Corporate (o Istituzionale) e descrivetene obiettivi e contenuti.

D3 *Effetti della comunicazione di marketing* (pagina 11)

Analizzando delle campagne stampa, identificate tre esempi di pubblicità aventi rispettivamente effetti prevalentemente di tipo cognitivo, affettivo, comportamentale.

D4 *Le tendenze evolutive* (pagina 15-16)

Identificate un brand che interpreta appieno le tendenze evolutive della comunicazione di marketing, specificando le modalità per ciascuna delle tendenze esposte.

D5 *Media revolution* (pagina 18-19)

Analizzate il comportamento comunicativo di un brand e classificate ogni iniziativa secondo lo schema "paid, owned, earned, sold". Valutate, infine, se il mix rilevato è da ritenersi appropriato.