

Con il Contributo



*Fondazione per la
Comunicazione Sociale*

**PROGRAMMA
Lunedì 5 marzo 2007**

**Università degli Studi di Messina
Facoltà di Lettere e Filosofia**

CORSO DI FORMAZIONE SULLA COMUNICAZIONE SOCIALE

Ore 9.00 Apertura dei lavori

Francesco Tomasello, Rettore dell'Università degli Studi di Messina
Vincenzo Fera, Preside della Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Messina
Marianna Gensabella, Coordinatore del CdL in "Scienze dell'Informazione:
Editoria e Giornalismo" della Facoltà di Lettere e Filosofia
dell'Università degli Studi di Messina

Ore 9.30

Presentazione della Fondazione Pubblicità Progresso
L'advertising business community al servizio della collettività

Vincenzo Guggino

Segretario generale IAP e consigliere Fondazione Pubblicità Progresso

Ore 10.15

35 anni di Pubblicità Progresso 1971/2006
Come nasce una campagna
dall'individuazione del problema
alla comunicazione finale
Analisi delle campagne

Gianfranco Moretti

Chief Creative Officer Leo Burnett Italia

Ore 11.30 pausa

Ore 11.45

Etica e deontologia dell'informazione
Le regole della pubblicità e il suo "giudice"

Vincenzo Guggino

Segretario generale IAP e consigliere Fondazione Pubblicità Progresso

Ore 12.45

Comunicazione e mutamento sociale

Marco Centorrino

Docente di Sociologia della Comunicazione,
Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Messina

Ore 13.00 Lunch

Ore 14.30

Cannes Lions 2006
Le migliori campagne sociali del mondo

Gianfranco Moretti

Chief Creative Officer Leo Burnett Italia

Ore 16.00

I soggetti della comunicazione sociale e i loro linguaggi
Le organizzazioni non profit, lo Stato, le aziende

Roberto Bernocchi

Account Supervisor Armando Testa Milano