

SPUNTI PER APPROFONDIRE

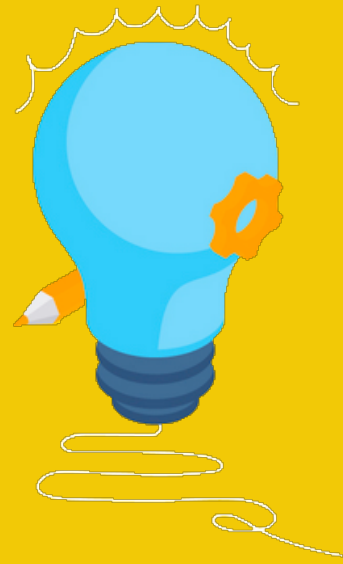
VIDEO

(Citati nel video n°3 "Storytelling e Transmedialità")

- [Spot Lego](#)
- [Spot Barilla](#)
- [Spot Coca Cola](#)

TESTI

- [L'Era dell'Accesso - Jeremy Rifkin](#)
Rifkin analizza le strutture organizzative dell'economia delle reti e i meccanismi relativi all'informazione dell'era che si apre, evidenziando rischi e opportunità che si prospettano per lo sviluppo della società e l'emancipazione dell'uomo nel ventunesimo secolo. Da un lato il potere dei "nuovi tiranni" del progresso, i più grandi e importanti provider internazionali; dall'altro la possibilità di una maggiore diffusione della conoscenza, della democrazia e del benessere, e l'affrancamento dalla "schiavitù" del lavoro.
- [Stoytelling. La fabbrica delle storie - Christian Salmon](#)
A partire dagli anni Novanta, l'arte di raccontare storie è stata trasformata dai meccanismi dell'industria dei media e dal capitalismo globalizzato nel concetto di storytelling: una potentissima arma di persuasione per plasmare le opinioni dei consumatori e dei cittadini. Dietro le più importanti campagne pubblicitarie - e ancor più dietro quelle elettorali vincenti (da Bush a Sarkozy) - si celano proprio le sofisticate tecniche dello storytelling management o del digital storytelling.
- [Storytelling Organizations - David M. Boje](#)
David Boje esplora come la narrativa e lo storytelling siano una parte importante della strategia, dello sviluppo e dei processi di apprendimento di un'organizzazione. Con eccellenti esempi da Nike, McDonald's e Disney, ai lettori viene mostrato come la teoria che è alla base dello storytelling organizzativo si collega allo storytelling nella vita organizzativa quotidiana. Le teorie e le idee di David Boje in relazione allo studio dello storytelling nelle organizzazioni sono molto influenti e questo libro sarà un "must have" per qualsiasi studente o studioso interessato all'area.



- **Cultura Convergente - Henry Jenkins**

Questo saggio è rivoluzionario per molte ragioni. La prima è l'essere comprensibile, appassionante, farcito di prove ed esempi. Il secondo è che il professor Jenkins si immerge nella cultura popolare del nostro tempo, fotografa in che modo le nuove tecnologie la stanno cambiando, poi torna in superficie e ci mostra un reportage che in realtà non è sui mezzi di comunicazione ma su coloro che li usano per comunicare - noi. La terza è che va alla radice di molti equivoci e li estirpa, spostando il cuore dei problemi a una nuova prospettiva, un modo di affrontare le questioni che spiazza e ridisegna ogni barricata.

- **Transmedia experience. Dallo storytelling alla narrazione totale - Riccardo Milanese e Francesco Gavatorta**

Un testo nuovo e originale per i professionisti del marketing e della comunicazione e per gli esperti del mondo digitale. Bilanciando teoria ed esemplificazioni, traccia linee guida per costruire mondi narrativi e progettare delle vere e proprie esperienze transmediali. Taglio accessibile e metodo rigoroso si incontrano anche nell'analisi di alcuni casi studio, vissuti in prima persona dagli autori, consentendo tra l'altro ai lettori di allenare le proprie capacità di designer transmediali sul modello di piccoli format agili e immediati.

- **Marketing 4.0 - Philipp Koetler**

Philip Kotler, il padre del marketing moderno, presenta metodi di efficacia concreta con cui guidare il client. Il cammino tradizionale che conduce all'acquisto (aware, appeal, ask, act) viene arricchito con una quinta componente, l'advocacy: perché le opinioni dei nostri amici e familiari influenzano profondamente le decisioni d'acquisto. Scopriamo così come si esercita quell'influenza, in che modo possiamo indirizzarla e quali strategie impiegare per sfruttare al massimo la personalizzazione delle esperienze attraverso metriche efficaci e best practice innovative.

