

# Lezione basata sull'arte per il Marketing

Guida alle sessioni  
di Coaching per  
Educatori di Adulti

## Obiettivi di apprendimento e risultati di questa sessione:

OBIETTIVI	RISULTATI
Formare su come sviluppare un piano di marketing scegliendo tecniche e strumenti di marketing per promuovere un prodotto in modo creativo attraverso e ispirato dall'osservazione e dall'analisi di un'opera d'arte/letteratura.	Gli allievi saranno più capaci di costruire ed implementare un piano di marketing identificando strategie e strumenti di marketing.
Formare sul processo di marketing: ricerca e analisi di mercato, identificazione delle caratteristiche del mercato target del prodotto, pianificazione della strategia e selezione dei metodi.	Gli allievi saranno più capaci di costruire un piano di marketing seguendo il giusto processo, attraverso azioni efficaci sviluppando soluzioni creative per far emergere il prodotto sul mercato.
Fornire agli studenti le competenze di marketing: identificare, anticipare e soddisfare i bisogni e i desideri dei clienti in modo creativo.	Gli allievi avranno compreso come utilizzare una strategia "think out of the box" per analizzare il mercato di riferimento e promuovere il prodotto come risposta ai bisogni e ai desideri degli acquirenti.

## Metodi usati durante la sessione:



**Brevi introduzioni al tema e alle opere;**



**Osservazione;**



**Autoriflessione e autoapprendimento;**



**Discussioni guidate.**

# Piano per la Sessione di Coaching:

**Durata: 1 ora**

**Attrezzature e materiali necessari:**

- Un computer portatile e un proiettore
- Dispense cartacee con le opere d'arte e di letteratura da esaminare
- Fogli di carta, penne e matite colorate

# Struttura e materiali della sessione di Coaching

*Tema selezionato:  
Marketing*

## STRUTTURA

1. Brainstorming di introduzione alla discussione sull'argomento.
2. Introduzione al marketing: cos'è questa abilità e come si acquisisce e si usa?
3. Introduzione all'opera d'arte/letteratura selezionata e analisi dei materiali informativi correlati.
4. Discussione guidata:
  1. Interpretazione dell'opera d'arte/letteratura
  2. Analisi degli elementi dell'opera d'arte/letteratura
  3. Il tema attraverso la lente dell'opera d'arte/letteratura
5. Conclusioni
6. Riepilogo delle competenze di marketing

## MATERIALI

1. Guida alla lezione di coaching
2. Database di opere d'arte/letteratura
3. Link a fonti e materiali informativi aggiuntivi sull'opera d'arte/letteratura
4. Metodologia su come applicare le arti e la letteratura per l'educazione, la creatività e l'innovazione

## Orario suggerito per la sessione

N.	Attività	Tempo dedicato
1	Brainstorming di introduzione alla discussione sul tema.	5 minuti
2	Introduzione al marketing: cos'è questa abilità e come si acquisisce e si usa?	10 minuti
3	Introduzione all'opera d'arte/letteratura selezionata e analisi dei materiali informativi correlati.	5 minuti
4	Discussione guidata: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpretazione dell'opera d'arte/letteratura</li> <li>2. Analisi degli elementi dell'opera d'arte/letteratura</li> <li>3. Il tema attraverso la lente dell'opera d'arte/letteratura</li> </ol>	20 minuti
5	Conclusioni	15 minuti
6	Riepilogo delle competenze di marketing	5 minuti
	<b>PIANO COMPLETO DELLA SESSIONE</b>	<b>1 ora</b>

# 1. Brainstorming di introduzione alla discussione sul tema

*L'educatore condurrà la conversazione verso l'argomento "marketing". Agli studenti verranno poste domande per condividere il loro punto di vista, la loro esperienza e conoscenza dell'argomento:*

1. Se devi vendere un prodotto come lo promuovi ai tuoi clienti? Conosci il "marketing"?
2. Hai avuto esperienza di applicare una "strategia di marketing" per promuovere un prodotto?

## 2. Introduzione al tema

### MARKETING

*Si dovrebbe introdurre l'argomento agli studenti:*

Il marketing si riferisce alle attività che un'azienda intraprende per promuovere l'acquisto o la vendita di un prodotto, servizio o bene. Ad un livello fondamentale, il marketing è il processo di capire i clienti, e costruire e mantenere relazioni con loro.

È una delle componenti primarie della gestione aziendale e del commercio. I marketer possono indirizzare il loro prodotto ad altre imprese (marketing B2B) o direttamente ai consumatori

(marketing B2C). Indipendentemente dal destinatario della commercializzazione, si applicano diversi fattori, tra cui la prospettiva che i marketer useranno. Conosciuti come orientamenti di mercato, determinano il modo in cui i marketer si avvicinano alla fase di pianificazione del marketing.

Il termine marketing, quello che è comunemente conosciuto come attirare i clienti, incorpora le conoscenze acquisite studiando la gestione delle relazioni di scambio ed è il processo aziendale di identificare, anticipare e soddisfare i bisogni e i desideri dei clienti.

Qual è il processo del piano di marketing?

1. Ricerca di mercato
2. Identificazione del mercato target
3. Analisi del mercato target
4. Definizione di una strategia di marketing
5. Selezione dei metodi e degli strumenti di marketing
6. Pianificazione della campagna di marketing
5. Lancio della campagna di marketing

## 3.1 Breve introduzione all'opera d'arte e osservazione

*OPERA 1: Fiaba*

TITOLO: Cenerentola

ARTISTA: Fratelli Grimm, 1822

DESCRIZIONE:

La favola classica di Cenerentola parla di una bella ragazza orfana che viene maltrattata e abusata dalla matrigna e dalle sorellastre.

Lei non si arrende mai e alla fine riesce a sposare il principe.



## 4.1 Discussione guidata: Interpretazione

### *Come interpretare le opere d'arte*

Dovreste chiedere agli studenti di descrivere ciò che vedono / sentono / capiscono dall'opera (o dalle opere) d'arte/letteratura selezionata/e. L'obiettivo della discussione è condividere le opinioni personali, i sentimenti e i pensieri dei partecipanti sull'opera d'arte/letteratura. Lo scopo è incoraggiare i partecipanti a condividere la loro opinione sottolineando che non esistono risposte sbagliate.

*Possibili domande da scegliere e sviluppare in base all'opera d'arte/letteraria scelta:*

- a. Cosa ti fa pensare e sentire quest'opera d'arte?
- b. Cosa pensi che l'opera d'arte voglia comunicare?
- c. Secondo te, su cosa si concentra l'attenzione dell'artista?
- d. Quali sono le sfide che pensi che l'artista abbia affrontato nella realizzazione dell'opera d'arte/letteratura?

## 4.2 Discussione guidata: Analisi

### *Come analizzare le opere d'arte*

Dovreste guidare l'analisi degli elementi che compongono e/o sono rappresentati nell'opera d'arte/letteratura. Dovreste guidare gli studenti in una discussione che conduca al tema imprenditoriale in discussione attraverso gli elementi analizzati.

Possibili domande per la *Discussione guidata sulle opere osservate/introdotte*:

1. C'è qualcosa in quest'opera d'arte che ti fa pensare ad alcune caratteristiche del marketing?
2. Ci sono elementi in quest'opera d'arte che puoi collegare al processo di una strategia di marketing? Quali sono e come/dove puoi trovarli?
3. Saresti in grado di descrivere il processo di marketing attraverso quest'opera d'arte?

# Strumenti di supporto

*Facoltativamente potreste ricercare e fornire agli studenti gli strumenti di analisi di supporto scelti in base all'argomento e all'opera d'arte/letteratura sotto osservazione.*

*Questi saranno combinati con il materiale informativo aggiuntivo sulle opere d'arte/letteratura nel database.*

## **STRUMENTI PER L'ARTE e la LETTERATURA**

### ***Come analizzare un'opera d'arte/letteratura?***

#### *Principalmente*

- Autoriflessione attraverso un'opera d'arte/letteratura
- Simbolismo di colori e forme in relazione al contesto (nell'arte)
- Struttura della trama o tecniche di scrittura (in letteratura)

#### *Secondariamente*

- Contesto storico e ambientale
- Storia dell'opera d'arte e/o dell'artista

## **STRUMENTI PER L'ANALISI DEGLI ARGOMENTI IMPRENDITORIALI (quadro teorico)**

### **Come analizzare il tema?**

Punti chiave di processi ed esempi pratici dell'abilità imprenditoriale di strategia aziendale e di marketing.

## 4.3 Discussione guidata: Il marketing attraverso la lente dell'opera d'arte

*Dovreste guidare gli studenti in una discussione sull'argomento attraverso le lenti delle opere d'arte.*

*Domanda di apertura:* Dove possiamo trovare le caratteristiche o i processi del marketing in quest'opera d'arte?

Per guidare questa discussione si può utilizzare il supporto di una o più delle seguenti attività selezionate dall'educatore:

Sessioni di Q&A – sull'argomento e sulle opere d'arte/letteratura

Mappe mentali sull'argomento dell'attività

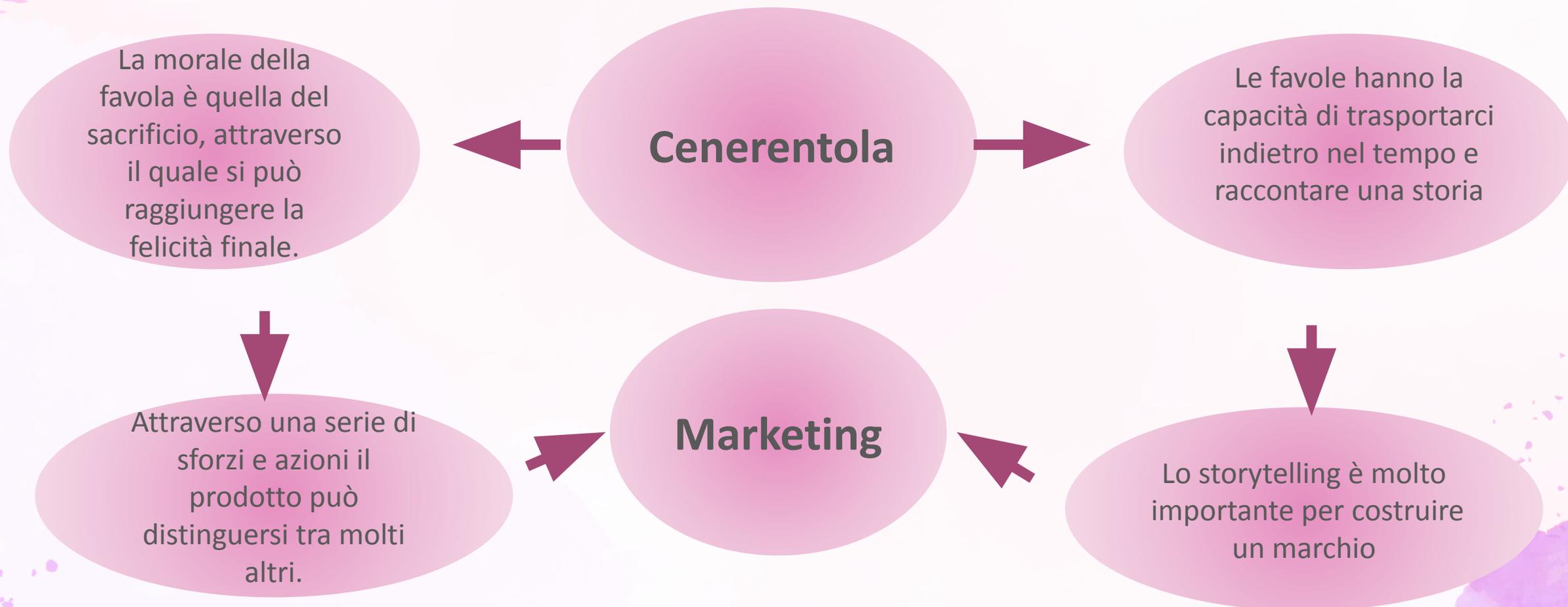
Schede con domande sulle opere d'arte/letteratura

Quiz sull'argomento dell'attività e sulle opere d'arte/letteratura

Esercizio pratico per disegnare/scrivere la propria versione di opera d'arte sull'argomento dell'attività.

Dovreste raccogliere le risposte degli studenti ed ascoltare le loro diverse analisi ed elaborazioni.

# Mappa mentale di riferimento



## 5. 1 Conclusioni (Opera 1)

*Al termine dell'attività, potreste iniziare a guidare il gruppo nella sua interpretazione dell'opera d'arte, spiegando come vede l'argomento attraverso le lenti dell'arte/letteratura sotto osservazione.*

*Perché abbiamo scelto quest'opera d'arte? (L'interpretazione nel database è facoltativa e può essere sostituita dall'interpretazione dell'educatore).*

### **Possiamo trovare elementi di marketing nella fiaba:**

Cenerentola è un grande esempio di storytelling che può essere applicato al branding. I personaggi e le storie archetipiche sono una grande risorsa per i marketer. La morale della fiaba è quella del sacrificio, attraverso il quale si può raggiungere la felicità finale, una volta rappresentata dallo status sociale di una principessa.

L'individuo può facilmente identificarsi con il personaggio principale della fiaba, perché tutti hanno sperimentato qualche tipo di disagio o maltrattamento a volte nella loro vita. L'individuo può in qualche modo relazionarsi con i sentimenti di Cenerentola. Quest'ultimo fatto è la chiave per il branding, è necessario creare una "storia del marchio" verso la quale il consumatore può empatizzare.

L'elemento della nostalgia può facilitare il processo; come adulti, le fiabe hanno la capacità di trasportarci indietro nel tempo.

## 6. Riepilogo della competenza di Marketing

Il marketing è il processo aziendale di identificare, anticipare e soddisfare i bisogni e i desideri dei clienti. Che cos'è il piano di una strategia di marketing?

1. Ricerca di mercato
2. Identificazione del mercato target
3. Analisi del mercato target
4. Definizione di una strategia di marketing
5. Selezione dei metodi e degli strumenti di marketing
6. Pianificazione della campagna di marketing
5. Lancio della campagna di marketing

Le aree chiave da identificare nella strategia creativa di marketing sono:

**Idee:** Quali contenuti creerete, cosa dirà, come vi differenziate?

**Attivazioni:** Cosa farete per incoraggiare il consumatore a rispondere, essere coinvolto e conversare?

**Visuale:** Quale aspetto avrà tutto, c'è un tema visivo o una linea guida?

**Narrazione:** Riferirsi alla strategia dei contenuti - qual è la storia che stiamo cercando di raccontare?