

## **Declaratorie per bandi 2020**

### **Corso di laurea triennale in Comunicazione e Digital Media**

#### **Advertising 3.0**

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Advertising 2.0, presente al primo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di produrre idee creative – cioè interessanti, coinvolgenti, efficaci – che siano funzionali per il brand che le commissiona, con una particolare attenzione alle campagne digitali (social media, audiovisivi virali, realtà aumentata, ecc.). Durante il corso ogni studente/ssa potrà esercitarsi e mettere alla prova, da solo/a o in gruppo, diverse idee creative, mai in modo astratto ma sempre in riferimento a brief concreti provenienti dalla comunicazione turistica, dal marketing territoriale, dalla comunicazione sociale e istituzionale nell'ambito della salute e della sostenibilità ambientale, dalla comunicazione commerciale nel settore agroalimentare, dal marketing di associazioni imprenditoriali, politiche e sindacali.

#### **Public Speaking 2**

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Public Speaking, presente al primo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di produrre messaggi chiari, vivaci e concreti in occasione di presentazioni tecnico-commerciali, dibattiti, conferenze, eventi. Particolare risalto sarà dato al governo della dinamica vocale (volume, tono, ritmo, sospensioni ritmiche) e alle modalità operative di gestione dell'attenzione dell'uditorio. Durante il corso ciascun/a studente/ssa avrà potuto sperimentarsi nel ruolo di oratore/oratrice, progettando e mettendo in scena brevi *speech* a tema, con i quali potrà verificare la propria incisività nella relazione frontale *one to many*. Grazie all'applicazione concreta e mirata, in aula, della regia psicodrammatica – soliloquio, doppio, inversione di ruolo – ogni studente/ssa potrà maturare la sicurezza emozionale di base necessaria a contenere l'ansia da prestazione e a conquistare intensità espressiva.

#### **Digital Marketing 2**

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Digital Marketing, presente al primo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito capacità tecniche medio-avanzate per: (1) impostare una strategia di *search marketing*, sia posizionando organicamente un sito sui motori di ricerca (SEO) sia avviando azioni di Search Advertising; (2) analizzare il comportamento web degli utenti attraverso i dati (Web Analytics); (3) progettare e migliorare l'esperienza utente (UX) sul web e su smartphone. Sarà inoltre in grado di comprendere come sta evolvendo, oggi, il commercio on-line, a partire da grandi piattaforme come Amazon, passando per logiche di omnicanalità, fino alle potenzialità delle mobile app. Durante il corso ogni studente/ssa si eserciterà, da solo/a o in gruppo, su casi di studio concreti provenienti dai settori oggi leader dell'e-commerce, come il fashion, il luxury, il design, il travel, e con brand esemplari del made in Italy, caratterizzati dalla dimensione spiccatamente internazionale della loro proposta di digital marketing.

## **Social Media Marketing 2**

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di Social Media Marketing, presente al secondo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito competenze medio-avanzate sul sempre mutevole mondo dei social media. Il corso prevede numerose esercitazioni in aula e un approfondimento pratico-operativo di casi di studio provenienti da diversi settori commerciali – automotive, food & beverage, banking – in modo da evidenziare le differenze di comunicazione strategica e il diverso posizionamento dei brand sui vari media. Durante il corso, si condurranno simulazioni di brainstorming e meeting strategici, con metodologia semiotica e semantico-valoriale, per progettare e realizzare campagne di comunicazione sui social media.

## **New Business Writing 2**

Il corso si propone come approfondimento, integrazione e avanzamento di quello di New Business Writing, presente al secondo anno del triennio in Comunicazione e Digital Media. Alla fine del corso lo/a studente/ssa avrà approfondito i principi di chiarezza ed efficacia che regolano la scrittura funzionale rivolta ai media digitali, che comporta particolari soluzioni lessicali, sintattiche e testuali. Durante il corso ogni studente/ssa avrà potuto esercitarsi in aula – da solo/a e in gruppi ristretti – nella scrittura di presentazioni, relazioni, commenti e comunicati destinati alla comunicazione aziendale interna ed esterna. Inoltre, ogni studente/ssa avrà sviluppato la propria sensibilità linguistica e avrà affinato le proprie capacità critico-analitiche sulla scrittura destinata ai media digitali.

## **Data Journalism**

Alla fine del corso lo/a studente/ssa avrà acquisito competenze medio-avanzate su: (1) cosa si intende oggi per *data journalism* e, più in generale, per prodotti *data driven*, (2) quali sono le principali esperienze in Italia e all'estero in questo settore, (3) quali sono le competenze richieste e le prospettive professionali in questo campo. Avrà inoltre appreso ad analizzare i dati, filtrandoli, ordinandoli e raggruppandoli, avrà imparato a “pulire” i dati, a distinguere i dati affidabili da quelli che non lo sono, a destreggiarsi fra dati strutturati e non strutturati, imparando a scaricare tabelle e comprenderne la formattazione, a fare scraping e strutturare dati. Avrà infine imparato a usare gli strumenti fondamentali di visualizzazione dei dati oggi a disposizione, e saprà lavorare sui dati mantenendo sempre ben chiari gli obiettivi da conseguire con la loro presentazione e il pubblico a cui la presentazione è destinata.

## **Lingua Inglese I**

Il corso offrirà le competenze necessarie e sufficienti per l'ottenimento, nelle sedi opportune, della certificazione B1, con un'attenzione mirata al linguaggio del settore della Comunicazione d'impresa, dei Digital media e del Digital Marketing.