

## **Declaratorie Laboratori a bando**

Coorte 2022-2023

### **Laboratorio di Podcasting (2° anno)**

SSD M-FIL/05

6 CFU

Alla fine del corso ogni studente/ssa sarà in grado di progettare e realizzare una serie di podcast, con tutte le competenze non solo tecniche (hardware e software), ma di marketing digitale, immagine coordinata e comunicazione, necessarie per farlo. In particolare, il Laboratorio si soffermerà su questi aspetti: (1) scelta dell'argomento, progettazione dell'immagine coordinata del brand che produce e distribuisce il podcast, progettazione della serie (che comporta come minimo: ricerca di mercato, naming, analisi SEO, progettazione e realizzazione della cover art, progettazione e registrazione della Intro); (2) messa a punto di tutti gli aspetti tecnici (che comporta fra l'altro: scelta dell'attrezzatura più adatta e aggiornata per la registrazione e del software per l'editing, scelta fra le possibilità di hosting e di distribuzione più avanzate e aggiornate sul mercato, review e Chartable); (3) pianificazione e realizzazione del lancio (che comporta come minimo: definizione della strategia, media planning, contatti con i media); (4) registrazione del podcast e progettazione dei vari episodi (che include: ascolto collettivo, analisi del feedback, inserimento di musica e commenti sonori).

### **Laboratorio di Videomaking (2° anno)**

SSD L-ART/06

6 CFU

Il laboratorio è finalizzato a introdurre lo/la studente/ssa alle tecniche di elaborazione e produzione video nel contesto e con strumenti digitali. Al termine del laboratorio ogni studente/ssa disporrà delle conoscenze più aggiornate sul rapporto tra video, tecnologie digitali e modelli di storytelling multimediale, con particolare attenzione per la costruzione di campagne audiovisive per brand e aziende. In particolare, il laboratorio approfondirà questi aspetti: (1) lo sviluppo dell'idea progettuale di produzione audiovisiva; (2) le diverse fasi di pre-produzione e organizzazione di un video; (3) le principali tecnologie oggi sul mercato per la realizzazione di un audiovisivo; (4) il montaggio e confezionamento del prodotto audiovisivo finito; (5) la campagna di comunicazione digitale (social, siti web, newsletter) per promuovere e diffondere l'opera; (6) la strategia di audience development sul prodotto audiovisivo.