



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Laboratorio 5 - Ufficio stampa

2122-3-E1501N111

---

#### Obiettivi formativi

Obiettivo principale del laboratorio è far conoscere la struttura, il ruolo, gli attori coinvolti nel funzionamento di un ufficio stampa all'interno delle aziende, il ciclo della notizia e il funzionamento del sistema mediatico.

#### Contenuti sintetici

Il laboratorio illustra gli elementi chiave relativi al funzionamento di un ufficio stampa: dalle finalità al suo contesto d'azione, dai soggetti in esso coinvolti al modo in cui esso opera.

#### Programma esteso

##### Il programma si divide in 4 sezioni

- **Imparare a comunicare efficacemente**

Assiomi della comunicazione e definizioni.

- **Ruolo, Obiettivi, Organizzazione e strumenti dell'Ufficio Stampa**

Lo studente ha modo di conoscere nel dettaglio lo svolgimento della giornata tipo, le funzioni e le responsabilità, il coordinamento con altri reparti aziendali di un addetto stampa. \_\_\_\_\_

- **Capire il contesto in cui agisce: Il ciclo della notizia e i pubblici di riferimento**

Gli studenti apprenderanno come intervenire su testate giornalistiche online e offline, come organizzare una conferenza stampa, come creare un rapporto costruttivo con i giornalisti, come modificare il messaggio in base al pubblico di riferimento.

**In questo modulo ci sarà l'intervento di un Giornalista Professionista per capire il ciclo della notizia e il rapporto esistente con l'addetto stampa.**

- **Analizzare l'evoluzione dell'ufficio stampa: la comunicazione multicanale**

Saranno presentate case history di brand attivi nel settore del turismo online.

## **Prerequisiti**

Non ci sono requisiti particolari, è necessaria curiosità per il mondo della comunicazione.

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali, esercitazioni di gruppo, attività laboratoriale e testimonianze professionisti del settore.

---

---

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Gli studenti saranno valutati nel corso delle esercitazioni, e sarà prevista una **prova finale** per verificare l'acquisizione delle competenze relative all'organizzazione di una conferenza stampa.

Durante le esercitazioni e la prova finale, gli studenti saranno divisi in piccoli gruppi con lo scopo di collaborare insieme per raggiungere un obiettivo comune, proprio come avviene nei Team di Comunicazione di un'azienda o di un'agenzia di Pubbliche Relazioni.

***Le modalità di verifica potranno subire alcune variazioni in base al numero degli studenti.***

## Testi di riferimento

### Bibliografia di riferimento

- *Il nuovo libro della comunicazione*, Ugo Volli, Il Saggiatore, Milano 2007
- *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi*, Paul Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson, Astrolabio, Roma 1971
- \_\_\_\_\_
- *E' la stampa bellezza*, Anonimo, Orme Editori, 2007

Altri testi e risorse bibliografiche digitali saranno suggeriti durante il corso delle lezioni.

---