



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Laboratory 5

2223-3-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. Saranno studiate le principali tipologie testuali prodotte da un ufficio stampa: la nota stampa, il comunicato stampa, il press-kit, lo speech.

- **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.

Lo studente verrà coinvolto in una serie di esercitazioni che gli consentiranno di apprendere a grandi linee il lavoro che normalmente si svolge in un ufficio stampa.

Nel corso del laboratorio gli studenti avranno anche modo di assistere all'intervento in aula di un Giornalista Professionista per approfondire, attraverso una testimonianza diretta, le dinamiche esistenti tra i due ruoli.

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

- *Organizzare l'ufficio stampa*, Sergio Veneziani, Il Sole 24 Ore, 2007
- *E' la stampa bellezza*, Anonimo, Orme Editori, 2007

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

Sustainable Development Goals
