UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Stage

2425-3-E2004P047

Area di apprendimento

Non disponibile.

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

- Conoscenza preliminare dei principali processi e tecniche di comunicazione e copywriting (come funziona un'agenzia di pubblicità, e come una digital, quali sono i ruoli e le mansioni, come si realizza una campagna offline e come una online).
- Focus sulle tecniche dello storytelling digitale: come si scrive un piano editoriale, come si programma, come si sviluppa sui diversi canali social nel corso dei mesi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Capacità di creare un piano editoriale per un brand, e di svilupparlo "sul campo" con cadenza settimanale e supervisione del tutor.

Contenuti sintetici

Programma esteso

Prerequisiti

Metodi didattici

Modalità di verifica dell'apprendimento

Testi di riferimento

Sustainable Development Goals

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI | PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI