

COURSE SYLLABUS

Laboratory 11

2526-3-E4001N129

Obiettivi formativi

L'obiettivo del laboratorio è da un lato comprendere e imparare ad analizzare le strategie comunicative adottate nel digitale e, dall'altro, ad applicare le forme di scrittura online per sviluppare nuovi modi di comunicare collaborativi e innovativi

Contenuti sintetici

Il corso alternerà momenti di riflessione teorica a momenti pratici sui seguenti topic: la creatività; la scrittura e la comunicazione online; la dimensione etica della comunicazione online e le buone pratiche comunicative; la costruzione di reti sociali; la definizione della brand identity attraverso le interazioni.

Programma esteso

Il laboratorio si compone di strumenti teorici e pratici per condividere con gli studenti come le aziende organizzano la loro comunicazione online.

- i) Il manifesto di Cultrain
- ii) Come fare una strategia digitale
- iii) Definire l'architettura dell'informazione e approcciare la mappatura e la classificazione di un'informazione
- iv) L'intervista
- v) Imparare le buone pratiche di scrittura per il web

Prerequisiti

Non è necessario essere in possesso di alcun requisito preliminare.

Metodi didattici

Il corso si compone di 16 ore, di cui il 10% di didattica erogativa (lezioni teoriche con il supporto di slides) e il 90% di didattica interattiva (svolgimento di esercizi in classe).

Modalità di verifica dell'apprendimento

Gli studenti saranno valutati nel corso delle esercitazioni per verificare l'acquisizione delle competenze.

Durante le esercitazioni è richiesta una partecipazione attiva da parte degli studenti, che sarà oggetto di valutazione. Le esercitazioni verranno svolte da soli o in piccoli gruppi, e gli studenti saranno valutati individualmente sulla loro capacità di:

1. collaborare costruttivamente al raggiungimento dell'obiettivo condiviso
2. applicare concetti e nozioni esposte dal docente
3. utilizzare al meglio i materiali forniti per l'esercitazione
4. sintetizzare le idee
5. argomentare in modo analitico

Il laboratorio non prevede voti in 30/30, ma solo approvazione/non approvazione.

Testi di riferimento

Content strategy per il web - Kristina Halvorson

Sense-making. Organizzare il mare dell'informazione e creare valore con le persone - Luca Rosati

Manuale di scrittura creativa - Simona Sciancalepore

Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights - Steve Portigal

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ
