UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Personal Branding e Storytelling

2627-1055-BRANDING

Titolo

PERSONAL BRANDING E STORYTELLING

Argomenti e articolazione del corso

Il corso si articola in 4 incontri dalla durata di 2 ore ciascuno, volti a esplorare i costrutti e le pratiche del Personal Branding e dello Storytelling. Gli argomenti principali includono:

Modulo 1 – Introduzione al Personal Branding
• Dal marketing mix al marketing esperienziale
• Evoluzione del concetto nella società della comunicazione da analogica a digitale
• Definizione e significato di personal branding
o Psicologia positiva, emozioni, processo decisionale
• Case studies di brand personali efficaci

Modulo 2 – Self-assessment e Proposta di Valore
• Che cos'è un brand
• Dal brand di prodotto al brand personale
• Analisi delle proprie competenze, passioni e valori

• Costruzione della Unique Value Proposition (UVP)
• Etica, autenticità, reputazione
• Esercizio: matrice SWOT personale

Modulo 3 – Fondamenti di Storytelling
• Perché lo storytelling funziona
• Strutture narrative classiche (Viaggio dell'Eroe, 3 atti, ecc.)

• Il racconto di sé come leva di connessione emotiva

Modulo 4 – Strumenti e Strategie Digitali
• LinkedIn, portfolio online, content strategy
• Tone of voice, visual storytelling e social identity

Le lezioni (sempre erogate in modalità online) prevedono una combinazione di parti teoriche, parti esperienziali e attività da svolgere a casa per fornire un apprendimento ottimale facilmente attuabile nel mondo professionale.

Obiettivi

Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di:

– Comprendere i principi del personal branding
Riconoscere il valore strategico del brand personale nella comunicazione professionale e nella costruzione della propria identità pubblica.
– Definire e articolare il proprio valore unico (UVP)
Saper identificare e comunicare in modo chiaro il proprio tratto distintivo attraverso una proposta di valore coerente e autentica.
– Analizzare e costruire la propria narrazione identitaria
Utilizzare strumenti narrativi per raccontare sé stessi in modo coinvolgente, credibile e professionale.
– Applicare tecniche di storytelling nei contesti digitali e relazionali
Produrre contenuti narrativi efficaci per social media, blog, colloqui, presentazioni pubbliche e contesti lavorativi.

– Sviluppare una presenza digitale coerente e professionale
Curare il proprio profilo LinkedIn, portfolio online, bio e presenza multicanale in linea con il brand personale.
– Conoscere i modelli narrativi classici e contemporanei
Analizzare e applicare strutture come il Viaggio dell'Eroe, l'arco di trasformazione, la narrazione visuale e il corporate storytelling.
– Collegare narrazione e strategia comunicativa
Integrare storytelling e branding con obiettivi professionali, reputazionali e di networking.
– Comprendere il ruolo dell'etica e dell'autenticità nel personal branding
Sviluppare una narrazione sincera e trasparente, evitando l'auto-promozione artificiale.
– Saper presentare sé stessi in modo memorabile
Costruire pitch autobiografici, elevator pitch e presentazioni efficaci in contesti formali e informali.

Metodologie utilizzate

Il corso adotta un approccio misto con didattica frontale ed esperienziale (learn-by-doing):

– Lezioni frontali con presentazioni e discussioni
– Esercitazioni pratiche su interfacce social esistenti
– Analisi di case study reali
– Project work finale per applicare le conoscenze acquisite e verificarne il corretto

apprendimento.

Materiali didattici (online, offline)

Gli studenti avranno accesso a:

– Slide e dispense fornite dal docente
– Bibliografia, sitografia e risorse online

Programma e bibliografia

BIBLIOGRAFIA CONSIGLIATA

Scatena, S., Psicologia del Personal Branding, 2022, Milano, Vita&Pensiero
Storr, W., The Science of Storytelling, 2019, London, William Collins
Fontana, A., Manuale di Storytelling, 2009, Milano, Rizzoli Etas
Rodari, G., Grammatica della Fantasia, 2010, Milano, Einaudi
Kahneman, D., Thinking fast and slow, 2012, New York, Penguin

Modalità d'esame

L’esame consisterà in:

Creazione/redazione del proprio profilo Linkedin
Creazione di un proprio VideoCV (lunghezza max 3 minuti)
La valutazione terrà conto anche della partecipazione attiva alle lezioni e alle attività di laboratorio.

Orario di ricevimento

Da concordare con la docente

Durata dei programmi

Cultori della materia e Tutor

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ