

## 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 QUALITÀ

---