

Seminario di Ufficio stampa

PROF. SILVIA BRENA

OBIETTIVO DEL CORSO

Fornire agli studenti gli adeguati strumenti per impostare un'efficace campagna di comunicazione; evidenziare le diverse fasi del lancio e della implementazione della campagna (planning strategico); evidenziare la ricchezza di piattaforme di comunicazione su cui si può far leva nell'epoca del web 2.0 e dei nuovi modelli di marketing (viral, guerrilla, etc). Costruire, concretamente, una piattaforma di lancio di un progetto, proponibile anche sul mercato.

PROGRAMMA DEL CORSO

Comunicare in un mondo globale. Dal global al local, come si comunica una campagna globale e come si declina sui diversi mercati (ugc, brand activations, etc). Gli strumenti del comunicare. Ovvero, come ottenere visibilità in un mondo sovraffollato. Sondaggi, attivazione testimonials, viral, guerrilla. Plus: Come si scrivono un comunicato e una cartella stampa. Il timing e il planning, ovvero come aggirare il vuoto di notiziabilità. Il corso si avvarrà di strumenti multimediali di approfondimento e studio di case histories mondiali, con particolare attenzione alle tecniche di sviluppo della creatività e del problem solving. Il corso prevede anche un approfondimento sulle tecniche di comunicazione digitale, come le tecniche Seo e l'attivazione dei social network.

DIDATTICA DEL CORSO

Il corso si articola in tre fasi:

1. Lezione in aula con evidenza di case histories.
2. Discussione delle case histories e loro confronto.
3. Lavori pratici guidati: esercitazione con creazione di una campagna originale.

METODO DI VALUTAZIONE

Tra gli indicatori di valutazione, quattro sono fondamentali: la partecipazione attiva durante le ore di lezione, con domande, interventi, partecipazione alla discussione con argomenti appropriati; l'originalità e la pertinenza del proprio contributo; la frequenza alle lezioni; la messa a punto di un progetto originale di creazione di una campagna di lancio, che conclude la frequentazione del corso.

Al termine del corso gli studenti otterranno valutazione: approvato/ non approvato, sulla base di criteri oggettivi. In particolare, verranno valutate la frequenza (5 lezioni su 6 frequentate) e l'aderenza del progetto svolto durante l'esercitazione, alle tematiche discusse durante il corso e al compito assegnato.

AVVERTENZE

Gli studenti che fossero, per motivate ragioni, impossibilitati a frequentare il seminario dovranno prendere contatto con il docente all'inizio del seminario, per individuare un eventuale programma sostitutivo alla frequenza. In questo caso, lo studente è tenuto a fornire una documentazione che attesti la ragione della mancata frequenza al seminario.

Si ricorda anche che la registrazione del seminario viene effettuata da un'apposita commissione di registrazione, senza la presenza dello studente e a seguito della comunicazione dell'approvazione da parte del titolare del seminario.

Orario e luogo di ricevimento

Il Prof. Silvia Brena comunicherà a lezione orario e luogo di ricevimento degli studenti.