



LABORATORIO DI IDEAZIONE E PRODUZIONE DI BRANDED CONTENT E FORMAT CROSSMEDIALI

(2 cfu o 3 seminari di approfondimento)

Docente: Oscar Colombo

CALENDARIO

Ven. 11/5/2018 h. 9.30-13.30 laboratorio INFO1 MTG via Monte Generoso

Lun. 14/5/2018 h. 9.30-13.30 laboratorio INFO1 MTG via Monte Generoso

Ven. 18/5/2018 h. 9.30-13.30 laboratorio INFO1 MTG via Monte Generoso

Lun. 21/5/2018 h. 9.30-13.30 laboratorio INFO2 MTG via Monte Generoso

Numero chiuso: 20 studenti

Il laboratorio fornirà un panorama sulle tendenze della comunicazione digitale e televisiva e fornirà gli strumenti teorici e pratici per l'ideazione, la scrittura, lo sviluppo e la pianificazione delle strategie distributive di un progetto di Branded Content digital, televisivo o crossmediale.

Il laboratorio sarà strutturato in 4 incontri di 4 ore ciascuno durante i quali si alterneranno momenti di lezione frontale e esercizi volti alla strutturazione di un progetto editoriale completo.

Programma:

1 - BRANDED CONTENTS

Definizione dello scenario attuale e analisi di casi nazionali e internazionali con particolare riferimento al mondo digital.

2 - BRAND STORYTELLING

Definizione, strategie, identificazione dell'efficacia. Il lavoro di ricerca prima della scrittura: elementi e metodi.

3 - I SOGGETTI COINVOLTI

Una panoramica esaustiva sui soggetti coinvolti nel processo: I brand, gli editori, i produttori, il panorama digital, gli influencers, la distribuzione, i media, le concessionarie.

4 - PROGETTAZIONE E SCRITTURA

I partecipanti al laboratorio si divideranno in gruppi di lavoro. Ciascun gruppo svilupperà un progetto di Branded Content digitale, televisivo e cross mediale.

5 - ANALISI DEI LAVORI

Il lavoro dei singoli gruppi sarà seguito, analizzato e commentato in aula e sarà considerato per la valutazione finale del corso.





È richiesta la frequenza per almeno il 75% delle lezioni.

BIBLIOGRAFIA CONSIGLIATA.

Per una maggiore consapevolezza dei temi e dei meccanismi di progettazione e scrittura dei lavori gli studenti sono invitati a consultare:

P. BONSIGNORE, J. SASSOON, Branded Content. La nuova frontiera della comunicazione d'impresa. Franco Angeli, 2014.

R. P. NELLI, Branded content marketing. Un nuovo approccio alla creazione di valore. Vita e Pensiero, 2012.

Entrambi i volumi sono corredati da un'utile e ampia bibliografia che invito a tenere in considerazione.