# Laboratorio di media relation per il web e i social media

## Dott. Pini Stefano

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il laboratorio ha l’obiettivo di fornire strumenti teorici e pratici sullo sviluppo delle media relation nell’era digitale. Si simulerà la creazione di una *corporate identity* digitale, analizzando i metodi e le tecniche della scrittura online, le strategie e le pratiche per un efficace comunicazione aziendale online. Perché fare media relation oggi significa veicolare, costruire e gestire un corpo di informazioni e contenuti fluidi, multipiattaforma e cross-mediali.

Al termine dell’insegnamento, gli studenti sapranno articolare una vera e propria campagna di comunicazione digitale, per il racconto di un’impresa e la promozione di un evento, sfruttando tutte le opportunità del mondo online. Ogni partecipante saprà come strutturare una strategia completa e gestire una serie di attività – dall’ufficio stampa al social media management – funzionali allo scopo.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. I confini fluidi delle media relation online

2. Come sviluppare un’identità aziendale digitale

3. Strumenti flessibili e proattivi, dal sito web ai social

4. Farsi notare, farsi trovare: tra SEO e comunicazione

5. Empatia e pragmatismo, media relation e lockdown

***BIBLIOGRAFIA***

Dispensa digitale a cura del docente distribuita su Blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Ogni lezione si suddivide in una parte frontale, di argomentazione dei temi didattici e confronto con la classe, e in una parte pratica, con esercitazioni individuali o di gruppo svolte direttamente in aula.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Gli studenti saranno valutati attraverso quattro esercitazioni scritte in itinere (in trentesimi), finalizzate alla sperimentazione della costruzione di una strategia di comunicazione digitale (pianificazione, scrittura, diffusione). La media aritmetica delle singole esercitazioni darà luogo alla valutazione finale del laboratorio, arrotondata per eccesso. Le esercitazioni (individuali o in gruppo) saranno ispirate dai temi trattati in aula.

Gli studenti che accumulano più del 70 % di assenze vengono considerati non frequentanti. I non frequentanti studieranno la dispensa digitale distribuita dal docente su Blackboard e concorderanno con lui una specifica produzione finalizzate alla sperimentazione della costruzione di una strategia di comunicazione digitale (pianificazione, scrittura, diffusione), cui verrà assegnato un voto in 30simi.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avendo carattere introduttivo, il laboratorio non necessita di specifiche conoscenze pre-acquisite. Potrebbe comunque aiutare avere competenze di base di di scrittura creativa o scrittura SEO, così come una conoscenza pratica delle piattaforme di social networking e di programmi per l’impaginazione grafica (es. Photoshop, Indesign, Canva ecc.). Si presuppone un interesse ad ampio spettro per tutto ciò che riguarda la comunicazione digitale.

COVID-19

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti .

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il docente è sempre disponibile per il ricevimento degli studenti, richieste o chiarimenti, via Skype o altre piattaforme di videoconferenza. Si prega di concordare orario e giorno del colloquio tramite email, scrivendo a stefano.peter.pini@gmail.com.