

COPYWRITING - 6 CFA - 75 ORE

OBIETTIVI FORMATIVI

L'insegnamento si propone di fornire conoscenze teoriche e metodologiche avanzate sull'ideazione, la strutturazione, lo sviluppo e l'applicazione dei contenuti testuali applicati alla comunicazione, in relazione ai differenti contesti di applicazione, dalla comunicazione commerciale alla comunicazione pubblica e sociale.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Più specificamente, gli obiettivi dell'insegnamento sono:

- a) analizzare le differenti forme di scrittura in relazione alle finalità del design della comunicazione;
- b) declinare il contenuto in riferimento ai differenti canali di comunicazione in una prospettiva cross-mediale;
- c) progettare e selezionare soluzioni di contenuto creative integrate nella realizzazione di visual efficaci, a partire da brief riferibili a Case Histories reali, con particolare riferimento ai fattori determinanti per lo sviluppo di una efficace UX.

ARGOMENTI TRATTATI

- Art&Copy
- Marketing & Brand Management
- Le forme della scrittura. Visual Storytelling, Sceneggiatura, Narrativa, Giornalismo e ufficio stampa.
- Lavorare in agenzia. Copywriting & Advertising.
- Blogging, sistemi di gestione contenuti, SEO e scrittura per i motori di ricerca
- Digital Advertising & Social Media
- Scrivere per il web. Dalla UI alla UX.

MODALITA' DIDATTICHE

Lezioni frontali, che, a causa dell'emergenza sanitaria, si terranno online utilizzando la piattaforma *MsTeams*. Sviluppo, discussione e valutazione di progetti realizzati sulla base di Brief riferiti a specifici Case Histories.

FINALITÀ E MODALITÀ PER LA VERIFICA DI APPRENDIMENTO

Risultati di apprendimento che si intende verificare:

- a) acquisizione dei concetti e dei fondamenti della disciplina e verifica della capacità di interpretarli in chiave critica (conoscenze);
- b) applicazione delle conoscenze acquisite nella lettura/interpretazione/analisi di fenomeni riconducibili allo specifico campo disciplinare (competenze);
- c) capacità comunicativa e chiarezza espositiva.

MODALITÀ DI ESAME

L'esame consiste in una prova orale e nella discussione di un elaborato progettuale da concordare preventivamente.

TESTI DI ESAME

- M. Vecchia, *Hapù. Manuale di tecnica della comunicazione pubblicitaria*, Lupetti, Milano, 2003.
A. Testa, *Farsi capire. Comunicare in modo efficace, interessante, persuasivo*, Rizzoli, Milano, 2009.
R. Croce, *Il mestiere del copywriter*, Editrice Bibliografica, Milano, 2020.