

**Progetto di Laboratorio per gli studenti del CdL Comunicazione e Società (triennale) e
del CdLM Comunicazione Pubblica e d'impresa (magistrale)**

Anno accademico 2021-2022

COMPETENZE PER IL SETTORE EDITORIALE E COMUNICAZIONE

Docente titolare: Dr. Davide Ballabio, Direttore Area Sistema Formativo e Capitale Umano di Assolombarda

Obiettivi del laboratorio: funzione principalmente orientativa del Laboratorio: l'idea è di introdurre gli studenti a una gamma di aree professionali (coperte anche da ruoli *junior*) legate alla produzione di contenuti editoriali con l'obiettivo di suscitare negli studenti curiosità e desiderio di approfondimento, anche in vista della focalizzazione del progetto professionale individuale.

Destinatari: Studenti Unimi della Laurea in Comunicazione e Società / Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'impresa – Nr. di studenti ammessi: 25 (max 30).

Collocazione temporale del laboratorio: Febbraio-Marzo 2022

Monte ore e scansione dell'attività didattica:

16 ore di lezione secondo il seguente schema di ripartizione del monte ore: 2+3+3+3+3+2

Sono incluse le esercitazioni pratiche per gli studenti.

Alla frequenza del Laboratorio vengono corrisposti 3 CFU (Crediti Formativi Universitari).

Valutazione degli apprendimenti:

Le prove finali dei singoli moduli monografici consistono in esercizi, di gruppo o individuali, di riflessione e sintesi dei contenuti appresi durante la lezione, attraverso l'elaborazione di testi.

Un Test finale. Questionario sulle nozioni e le conoscenze acquisite durante il Laboratorio. Con una modalità "Instant Poll/Direct Poll", verrà testata l'apprendimento degli studenti attraverso la risposta a 30 domande. I risultati che emergeranno in tempo reale verranno commentati dai docenti insieme al gruppo classe.

Sede di svolgimento: Univ. degli Studi di Milano, Dip. di Scienze sociali e politiche, via Conservatorio 7, Aula 27

Le aziende che collaborano nel Laboratorio:

- Gruppo Mondadori
- Mediaset
- Editrice Industriale
- RAI Radiotelevisione italiana

Programma del laboratorio

Lezione 1 – Concetti-chiave introduttivi e di note di contesto

07/02/2022 – ore 16.30/18.30 (2h)

- Presentazione del laboratorio: obiettivi e struttura del corso
- Autopresentazione degli studenti
- Struttura del Settore Editoria: l'ecosistema della comunicazione
 - I soggetti e gli attori della filiera editoriale
 - I mercati dell'editoria
 - Le professioni chiave nel mondo editoriale
- Come la digitalizzazione e l'automazione industriale hanno trasformato il settore e modificato il fabbisogno di competenza.

Relatori:

Davide Ballabio, Direttore Area Sistema Formativo e Capitale Umano, Assolombarda

Federico Angrisano, Presidente Sezione Editoria e Comunicazione, Assolombarda

Andrea Fioni, Senior Expert Centro Studi, Assolombarda

Lezione 2 – Produrre contenuti per l'editoria: la figura del Brand Reporter

a cura di Gruppo Mondadori

14/02/2022 – ore 16.30/19.30 (3h)

- Com'è strutturata l'azienda, specificità dei dipartimenti e delle redazioni
- L'ecosistema della comunicazione
- Brand Reporter: una definizione per un mestiere con tante sfaccettature
- Media Relation: redazione di contenuti specifici per molteplici target di comunicazione (con esercitazione)
- Social Media Corporate: il percorso generativo di contenuti editoriali social e la loro diffusione (con esercitazione)

Relatori:

Federico Angrisano, Direttore Comunicazione e Media relations

Carmen Mugione, Responsabile Media Relation e Content management

Vasco Bergamaschi, Responsabile Digital Communication e Social media

Lezione 3 – Il linguaggio audiovisivo

a cura di Mediaset spa

21/02/2022 – ore 16.30/19.30 (3h)

- Nozioni in merito alle metodologie del linguaggio audiovisivo e alle logiche di produzione industriale dei contenuti televisivi
- I differenti generi della produzione televisiva
- Le curve di ascolto e l'analisi dei dati di audience
- Il processo produttivo di creazione del contenuto
- Le logiche di distribuzione dei contenuti audiovisivi
- Padronanza del linguaggio audiovisivo come 'strumento di lavoro' nelle funzioni Digital, Sales e Marketing

- Analisi diretta di prodotti televisivi, sotto il profilo del posizionamento prodotto, dello storytelling, della gestione dei contenuti in relazione ai differenti stili e generi comunicativi

Relatori:

Carlo Gorla, Direttore Promozione e Sviluppo Programmi Informazione

Roberto Mirandola, Publitalia - Direttore Didattica

Lezione 4 – L’editoria specializzata: la figura del redattore tecnico-scientifico

a cura di Editrice Industriale srl

28/02/2022 – ore 16.30/19.30 (3h)

- Cos’è l’editoria specializzata: mercato, operatori, categorie merceologiche, canali distributivi, media mix
- Il mercato del lavoro per i copywriter: ruoli e contratto nazionale
- Cosa fa il redattore tecnico-scientifico: competenze hard e soft richieste
- Esempi di integrazione tra canali e comunicazione cross-mediale
- Esercitazione degli studenti

Relatori:

Andrea Boni – General manager | Past president ANES Ass. Naz. Editoria Specializzata

Giulia Guerra – Capo redattore rivista Matrix4Design

Lezione 5 – Fotografare il prodotto visuale: la luce come mezzo espressivo nella comunicazione

a cura di RAI – Radiotelevisione Italiana spa

07/03/2022 – ore 16.30/19.30 (3h lezione)

- La figura del direttore della fotografia
- Cenno sulla fisica della luce e i colori
- La luce nel cinema e nella televisione
- Lo stretto legame tra luce e tecnica
- L’ombra: un’arma a doppio taglio
- Come nasce un progetto luci in televisione, al cinema, in teatro, in un concerto live
- Esercitazione degli studenti

Relatori:

Enrico Motta, Responsabile della Produzione

Carlo Stagnoli, Direttore della Fotografia

Lezione 6 – Verifica degli apprendimenti degli studenti

14/03/2022 – ore 16.30/18.30 (2h)

Test finale in classe per tutti gli studenti.

Le aziende partecipanti saranno presenti per commentare i risultati del Test e dare una valutazione complessiva agli apprendimenti del gruppo classe.