

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

**Anno accademico 2022-2023**

**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 2023

**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 24

**Le aziende che collaborano nel Laboratorio:**

- Gruppo Mondadori
- Mediaset
- Editrice Industriale
- Gruppo 24 Ore

## Programma del laboratorio

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

06/02/2023 – ore 16:30 (2h)

- Presentazione del laboratorio: obiettivi e struttura del corso
- Come la digitalizzazione e l'automazione stanno cambiando l'industria e modificando il fabbisogno di competenze.
- 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

#### **Relatori:**

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

***Andrea Fioni, Senior Expert Centro Studi, Assolombarda***

***Federico Angrisano, Presidente Sezione Editoria e Comunicazione, Assolombarda***

### Lezione 2 – L'editoria specializzata: la figura del redattore tecnico-scientifico

a cura di **Editrice Industriale srl**

13/02/2023 – ore 16.30 (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 – Direttore Editoriale rivista Matrix4Design***

### Lezione 3 – Il linguaggio audiovisivo

a cura di **Mediaset spa**

20/02/2023 – ore 16.30 (3h)

- Nozioni in merito alle metodologie del linguaggio audiovisivo e alle logiche di produzione industriale dei contenuti televisivi
- I differenti generi della produzione televisiva
- 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***

***Paolo Colombo, Coordinamento HR***

**Lezione 4 – Comunicazione e pubblicità**  
**a cura di Gruppo 24 Ore**  
27/02/2023 – ore 16.30 (3h)

- Presentazione Radio 24
- Focus sui podcast
- Il lavoro delle Concessionarie di pubblicità
- Esercitazione degli studenti

**Relatori:**

**Federico Silvestri, Direttore Generale Media & Business**  
**Roberta Casa, Marketing Manager**

**Lezione 5 – Produrre contenuti per l'editoria: la figura del Brand Reporter**  
**a cura di Gruppo Mondadori**  
06/03/2023 – ore 16.30 (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 6 – Verifica degli apprendimenti degli studenti**  
13/03/2023 – ore 16.30 (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.