

Una iniziativa del Co.Re.Com. Lazio per giovani laureati in Scienze delle Comunicazioni

Descrizione sintetica dei Corsi

1. Il corso “STRATEGIE DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE: IL CONTENT MARKETING” – CODICE09CON17- intende fornire conoscenze teoriche, gli strumenti e le capacità per predisporre e attuare strategie di comunicazione multimediale con particolare riferimento al content marketing, ovvero alla creazione e condivisione di contenuti (testi, audio, video, infografiche ecc.) per attirare l’attenzione di un target specifico con ambiti di applicazione sia online (articoli su siti, post su blog, e-book, podcast, webinar) sia offline (libri, guide).

Al fine di illustrare come si crea un contenuto di qualità (ovvero una soluzione concreta a un problema specifico di un altrettanto specifico target) verrà fornita, anche attraverso l’analisi delle best practice, una panoramica degli strumenti del web nell’informazione/comunicazione digitale. Tra gli altri argomenti: i media sociali e digitali; social media strategy; comunicare con lo storytelling, comunicare con gli eventi, analisi e monitoraggio dei media, brand e web reputation. Il corso ha infatti, anche lo scopo di fornire conoscenze teoriche, gli strumenti metodologici e le capacità per progettare/realizzare un vero e proprio sito web utilizzando strumenti di libero accesso, immediatamente e gratuitamente disponibili in rete, mediante i quali diffondere contenuti.

La metodologia didattica privilegia un approccio interattivo, attraverso esercitazioni, simulazioni e role playing, discussioni guidate, ascolto attivo, testimonianze delle esperienze effettuate, esercitazioni auto - centrate e esercitazioni analogiche, casi e testimonianze esterne che portano in aula la concretezza di esempi reali.

Il percorso di apprendimento sarà supportato dall’analisi di case study aggiornati e rilevanti e da un project work effettuato con l’ausilio di strumenti tecnici atti a integrare il lavoro pratico e quello teorico.

Il corso è articolato in 30 ore di docenza ed esercitazioni per un totale di 5 giornate il cui calendario verrà successivamente comunicato ai discenti ammessi al corso.

2. Il Corso “ LE PRINCIPALI FIGURE PROFESSIONALI PER L’INFORMAZIONE E LA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE” - CODICE 06CON17 - ha lo scopo di illustrare in termini di skill, ruoli e inserimento nel workflow quotidiano le principali figure (social editor, data journalist, visualjournalist, e cosystem journalist etc) e fornire le conoscenze teoriche, gli strumenti e le capacità per operare nella produzione e la gestione dei contenuti. Inoltre a partire da un breve richiamo a tematiche “basiche” quali la comunicazione interna ed esterna, i media sociali e digitali, il ciclo della informazione digitale, social media strategy; analisi e monitoraggio dei media, brand, il piano di comunicazione, le regole per la gestione della crisi, verranno approfondite aspetti e tematiche correlati all’ufficio stampa digitale, l’uso di internet per fare informazione, come informare coinvolgendo il target, social media e audiovisivi.

Il corso aiuterà a capire come sfruttare al meglio le nuove tecnologie per comunicare in modo sempre più efficace anche quando il budget a disposizione è minimo. La metodologia didattica privilegia un approccio interattivo, attraverso esercitazioni, simulazioni e roleplaying, discussioni guidate, ascolto attivo, testimonianze delle esperienze effettuate, esercitazioni auto - centrate e esercitazioni analogiche, casi e testimonianze esterne che portano in aula la concretezza di esempi reali. Il percorso di apprendimento sarà supportato dall’analisi di case study aggiornati e rilevanti e da un project work effettuato con l’ausilio di strumenti tecnici atti a integrare il lavoro pratico e quello teorico.

Il corso è articolato in 20 ore di docenza ed esercitazioni per un totale di 5 giornate il cui calendario verrà successivamente comunicato ai discenti ammessi al corso.

3. Il Corso “LE FIGURE PROFESSIONALI DEL SEO E SEM - CODICE 08CON17 - intende fornire conoscenze teoriche, gli strumenti e le capacità per svolgere nelle redazioni attività e ruoli legati alla produzione e alla gestione dei contenuti on line e sui social network (SEO e SEM). Saranno illustrate le ragioni che rendono necessaria una nuova organizzazione delle redazioni e illustrato cosa avviene nei gruppi editoriali più evoluti, esaminando il posizionamento dei maggiori social media ed analizzando le best practice. Il corso ha, inoltre, lo scopo di fornire conoscenze teoriche, gli strumenti metodologici e le capacità per Progettare/Costruire un vero e proprio sito web utilizzando strumenti di libero accesso, immediatamente e gratuitamente disponibili in rete, mediante i quali costruire i propri contenuti. Verrà, inoltre, fornita una panoramica degli strumenti del web nell'informazione/comunicazione digitale.

Tra gli altri argomenti: i media sociali e digitali; social media strategy; web writing e seo, comunicare con lo storytelling, comunicare con gli eventi, analisi e monitoraggio dei media, brand e web reputation; crisis management.

La metodologia didattica privilegia un approccio interattivo, attraverso esercitazioni, simulazioni e role playing, discussioni guidate, ascolto attivo, testimonianze delle esperienze effettuate, esercitazioni auto - centrate e esercitazioni analogiche, casi e testimonianze esterne che portano in aula la concretezza di esempi reali. Il percorso di apprendimento sarà supportato dall'analisi di case study aggiornati e rilevanti e da un project work effettuato con l'ausilio di strumenti tecnici atti a integrare il lavoro pratico e quello teorico. Il corso è articolato in 20 ore di docenza ed esercitazioni per un totale di 5 giornate il cui calendario verrà successivamente comunicato ai discenti ammessi al corso;

4. Il Corso “COSTITUIRE UNA START UP INNOVATIVA CHE OPERI NEL SETTORE DEL GIORNALISMO MULTIMEDIALE” - CODICE 07CON17 - intende fornire conoscenze teoriche, gli strumenti e le capacità di progettazione e la conoscenza delle tecniche del business planning e del project management che rappresentano un know-how fondamentale per tutti coloro che intendono costituire una nuova impresa imprenditoriale innovativa nel comparto degli operatori di servizi multimediali, in particolare se intendono accedere a programmi di finanziamento nazionali ed europei (Agenda digitale, etc.). Il corso, in particolare, ha lo scopo di fornire conoscenze teoriche/pratiche e le capacità per realizzare una start up innovativa che operi nel settore del video giornalismo, acquisendo la costruzione dello storytelling fino al montaggio per andare incontro alle nuove richieste dei fruitori. Il corso fornisce gli elementi teorici e pratici per acquisire le abilità e gli strumenti base per poter montare. Partendo dall'evoluzione dell'audience, si passerà alla frammentazione nella fruizione del prodotto video, all'approccio multiplatforma, tra condivisione e viralità.

Tra gli altri argomenti: i media sociali e digitali, il ciclo digitale della notizia, social media strategy; comunicare con gli eventi, analisi e monitoraggio dei media, brand e web reputation; crisis management. La metodologia didattica privilegia un approccio interattivo, attraverso esercitazioni, simulazioni e role playing, discussioni guidate, ascolto attivo, testimonianze delle esperienze effettuate, esercitazioni auto - centrate e esercitazioni analogiche, casi e testimonianze esterne che portano in aula la concretezza di esempi reali.

Il percorso di apprendimento sarà supportato dall'analisi di case study aggiornati e rilevanti e da un project work effettuato con l'ausilio di strumenti tecnici atti a integrare il lavoro pratico e quello teorico. Il corso è articolato in 20 ore di docenza ed esercitazioni per un totale di 5 giornate il cui calendario verrà successivamente comunicato ai discenti ammessi al corso.

Roma, 15 novembre 2017