

TITOLAZIONE DISCIPLINA 6 CFA

prof. Valentina Di Michele

n. ore 45

a.a.2022-2023

Comunicazione Pubblicitaria

OBIETTIVI

Alla fine del corso, gli studenti otterranno una competenza strategica e operativa sulle metodologie e le tecniche di creazione del messaggio pubblicitario.

Saranno analizzati gli aspetti cognitivi ed emotivi dei consumi in chiave psicologica e sociologica con attenzione al mondo digitale e social.

Si acquisiranno, in ultimo, competenze di branding e di progettazione e scrittura dei contenuti per canale, con attenzione alle user e buyer personas e delle specifiche del mezzo scelto.

Si analizzeranno in ultime i metodi più recenti di design del contenuto (content design) e di produzione di copy e microcopy UX/UI.

CONTENUTI

La pubblicità nella storia

La pubblicità moderna: dalla tv ai social

Fondamenta di branding

Il ruolo della marca nella comunicazione digitale

L'analisi della concorrenza

User e buyer personas

Basi di copywriting digitale

Le regole di progettazione e scrittura dei contenuti social

Le regole di progettazione di copy di siti web e app

Dal content design ai microcopy della UI

PREREQUISITI

Non ci sono prerequisiti. Aver frequentato o frequentare un corso di web design può essere un vantaggio.

Il corso alterna lezioni teoriche a presentazione e discussione e lavoro su case study. Lo scopo è integrare approccio teorico e bisogno del mercato del lavoro con attenzione alla visione strategica dell'attività e alla sua applicazione pratica. La frequenza è vivamente consigliata.

BIBLIOGRAFIA

Di Michele Valentina, Fiacchi Andrea, Orrù Alice, *Scrivi e lascia vivere. manuale pratico di scrittura inclusiva e accessibile*, Flaco Edizioni, Palermo 2022
Di Michele Valentina, Fiacchi Andrea, *Emotion Driven Design*, Apogeo, Milano 2020
Fiacchi Andrea, *Mindhunting. Capire le persone, progettare le esperienze*, UXU Edizioni, Roma 2020

ESAME FINALE

Prova orale, con presentazione di gruppo o individuale di un project work condiviso durante il corso.

DOCENTE

Laureata in Lettere e Filosofia e in Scienze Politiche e delle Amministrazioni, si occupa comunicazione digitale dai primi anni 2000.

Dopo un'esperienza come Content specialist per l'agenzia di promozione delle Camere di commercio, è stata Web Marketing manager per una multinazionale dell'intrattenimento o prima di diventare freelance nel 2014.

Nel 2020 ha fondato Officina Microtesti, studio italiano di riferimento per UX Writing e Content design e lavora con clienti come RCS Corriere della Sera, Ministero delle Finanze, Infocamere, Aruba SpA, Sky Italia, Growens, Sisal, Save The Children Italia, Technogym.

È docente di Comunicazione accessibile e usabile al Master Executive di LUISS Guido Carli e di UX Content strategy ai corsi triennali di NABA e ai Master di IED e Talent Garden.

Ha scritto due libri sulla progettazione di contenuti usabili e inclusivi:

- *Emotion Driven Design* (con Andrea Fiacchi, Apogeo Feltrinelli 2020)
- *Scrivi e lascia vivere* (con Alice Orrù e Andrea Fiacchi, Flaco Edizioni 2022).

Ha fondato e amministra l'unica community italiana di UX Content, *Content design, microcopy e UX Writing Italia*.