



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO**

Dipartimento
di Lettere, Filosofia,
Comunicazione

Corso di laurea in Scienze della comunicazione
LABORATORIO CURRICULARE
NUOVI MEDIA PER LA COMUNICAZIONE AZIENDALE E SOCIALE
a.a. 2023-24

Docenti

Dott.ssa Tiffany Pesenti e dott.ssa Chiara Roncelli.

Contenuti e obiettivi formativi

Il laboratorio offre competenze teoriche e pratiche nell'ambito della definizione di strategie di comunicazione per i nuovi media per le aziende e per gli enti non profit, in relazione alle specifiche esigenze e alle particolarità dei contenuti e dei linguaggi.

Organizzazione didattica

Il laboratorio è strutturato in due parti, ciascuna di 18 ore, affidate a due professioniste.

Il primo modulo (dott.ssa Tiffany Pesenti, I semestre, 2° sottoperiodo) conduce le studentesse e gli studenti lungo un percorso tra questi temi:

- *chi ha fatto cosa*: storia dei maggiori social ed evoluzione del loro utilizzo - quando ma soprattutto come sono nati i social e come sono passati da luoghi virtuali di intrattenimento a luoghi virtuali di promozione;
- *professione Social media manager*: dall'algoritmo alla strategia - come funzionano nello specifico i diversi algoritmi e come strutturare una strategia di contenuti coerente e professionale;
- *uscire dagli schemi distinguendosi con una comunicazione integrata: una questione di mindset* - come creare una social media strategy efficiente significa andare oltre le regole: case histories di successo più un approfondimento sui temi della viralità;
- *be social!* - ultime considerazioni teoriche e suddivisione in gruppi di lavoro ai quali verrà chiesto di identificarsi in una web agency e curare la social media strategy di un cliente;
- *show it!* - considerazioni in classe di quanto fatto nel corso delle lezioni e presentazione dei singoli lavori.

Il secondo modulo (dott.ssa Chiara Roncelli, II semestre, 3° sottoperiodo) guida i partecipanti lungo un percorso tra questi temi:

- *sociale vs social* - introduzione alla comunicazione sociale e all'utilizzo dei nuovi media per comunicare in ambito non profit;
- *social network per il non profit* - come utilizzare i social network per costruire campagne di sensibilizzazione, fundraising, peopleraising, engagement, promozione della causa;
- *raccontare il non profit* - i podcast e la webradio per la promozione delle realtà non profit, anche attraverso l'analisi di alcune esperienze concrete e di casi studio virtuosi;
- *be social!* - suddivisione in gruppi di lavoro ai quali verrà chiesto di analizzare un'esigenza comunicativa concreta in ambito non profit e di produrre contenuti coerenti ed efficaci;
- *show it!* - considerazioni in classe di quanto fatto nel corso delle lezioni e presentazione dei singoli lavori.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO**

Dipartimento
di Lettere, Filosofia,
Comunicazione

Altre informazioni

Contatti: dott.ssa Tiffany Pesenti 8tiffany7@gmail.com; dott.ssa Chiara Roncelli c.roncelli@csvlombardia.it; prof.ssa Alberta Giorgi alberta.giorgi@unibg.it.