



**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

a.a. 2024-2025

Docenti: Tiffany Pesenti

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, integrando l'uso di Intelligenze Artificiali per ottimizzare ricerche di mercato e produzione di contenuti, in relazione alle specifiche esigenze e alle particolarità dei contenuti e dei linguaggi.

Organizzazione didattica:

Il laboratorio 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 e come sono nati i social e come sono passati da luoghi virtuali di intrattenimento a luoghi virtuali di promozione; introduzione all'uso dell'IA per analizzare trend e prevedere evoluzioni future.
- Professione Social media manager: dall'algoritmo alla strategia potenziata dall'IA - come funzionano nello specifico i diversi algoritmi, come strutturare una strategia di contenuti coerente e professionale, e come integrare strumenti di IA per ottimizzare l'analisi dei dati e la personalizzazione dei contenuti.
- Uscire dagli schemi distinguendosi: una questione di mindset - come creare una social media strategy efficiente significa andare oltre le regole tradizionali: case histories di successo e approfondimento sui temi della viralità.
- Be social and smart! - Ultime considerazioni teoriche sull'integrazione dell'IA nella strategia social e suddivisione in gruppi di lavoro. Ai gruppi verrà chiesto di identificarsi in una web agency e curare la social media strategy di un cliente, utilizzando anche strumenti di IA per ricerche di mercato e generazione di contenuti mirati.
- Show it and analyze it! - Considerazioni in classe di quanto fatto nel corso delle lezioni, presentazione dei singoli lavori e analisi critica dell'impatto dell'IA sulle strategie sviluppate.

Altre informazioni:

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