

Corso di Alta formazione in Digital Communication, Reputation and Brand Management EDIZIONE 2024-25

PIANO DI STUDIO SINTETICO*

* il piano di studio potrebbe subire delle variazioni

Il Corso di Alta formazione in Digital Communication, Reputation and Brand Management eroga 220 ore di didattica più 250 ore di tirocinio nel caso in cui lo studente lo volesse attivare.

INSEGNAMENTI	ORE
Sociologia digitale	4
Psicologia degli ambienti digitali e delle connessioni sociali	4
Antropologia culturale	4
Teorie e tecniche della narrazione e dello storytelling digitale	12
Brand e communication management	12
Diritto digitale, nuove tecnologie e tutela dei dati	4
Infoetica: etica dell'informazione e della comunicazione digitali	4
Personal branding e auto narrazione professionale	4
Teoria e tecnica del linguaggio giornalistico 1: storia (cenni) del giornalismo, come cambia la concezione della notizia e la sua rilevanza, dalla carta al web	8
Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico 2: Sistema dei media. Scrittura giornalistica e contenuti rilevanti per il web. Immagini, testo, didascalie	8
Social media management e digital strategy	12
Design dell'experience: metaverso, gaming e gamification, eventi phygital	4
Media relations, PR & digital PR	8
Project management, gestione dei budget e pianificazione strategica	4
Teoria della polarizzazione e conflittualità delle audiences	4
Ingegneria dei prompt e AI generativa per la comunicazione	12
Strumenti, stili e linguaggi della comunicazione video	8
Teoria e tecnica delle PR. Reputazione, percezione, elementi simbolici della comunicazione	8
SEO e posting	8
Comunicazione di prodotto, Brand building e reputazione digitale	12
Comunicazione paid: sponsored post, native, creator marketing, ADV	8
Elementi di strategia di comunicazione	4
Laboratorio di Mobile & video production: elementi di editing e publishing	16
Laboratorio di Web analysis, web monitoring, tools e KPI: leggere, interpretare e gestire i big data	16
Laboratorio di Digital crisis management, gestione delle conversazioni critiche, gestione del dissenso e dello scontro verbale sui social	16
Laboratorio di Community management e creazione e gestione dell'engagement	16
TOTALE ORE	220
[FACOLTATIVO] Tirocinio formativo	250