

## **PROGRAMMA DIDATTICO PER IL CORSO PROGETTAZIONE DELLA PROFESSIONALITÀ (ABLE69) 2020-2021**

Il corso avrà lo scopo di trasferire le conoscenze tecniche e teoriche necessarie ed essenziali ad utilizzare correttamente gli strumenti digitali (e non solo) per promuovere il lavoro di artisti, graphic designer e web designer. Nel contesto contemporaneo è fondamentale creare un'immagine e una reputazione tali da incontrare in modo naturale la propria audience, sia che l'obiettivo sia quello di una carriera in una agenzia di comunicazione, sia che la scelta sia più autonoma e indipendente, come quella dell'artista o del *free lance*. Rendere interessante il proprio posizionamento per i contatti potenzialmente interessanti per raggiungere i nostri scopi è un elemento strategico per poter competere in un mercato sempre più competitivo.

Il corso, a partire da una rapida descrizione del contesto che ha portato all'attuale paradigma di comunicazione relazionale e *human to human*, esplora le dinamiche di comunicazione on line e affronta le principali teorie e metodologie per la comunicazione dell'immagine on line e del personal branding, affrontando tutti i principali strumenti disponibili (social media, blog, video e reel).

Più specificamente, il corso comprenderà: basi di pianificazione di marketing e comunicazione digitale, alcune nozioni essenziali di copywriting strategico per le piattaforme on line e non, esercitazioni su alcune matrici fondamentali per la progettazione di modelli di business individuali e approfondimenti sulle attività necessarie a valutare le azioni messe in campo, attraverso software data-driver in grado di controllare le performance generale dell'azione digitale. A questo proposito, nel corso ci sarà modo di descrivere e far comprendere l'importanza di Google Analytics, e saranno previste esercitazioni specifiche per verificarne la comprensione dei meccanismi principali.

Dagli obiettivi ai risultati ogni passo sarà descritto attraverso le più accreditate teorie e pratiche del marketing e non mancherà lo spazio per descrivere ed approfondire le principali piattaforme per la promozione on line (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads e altro).

Il corso farà riferimento a casi di studio ed esempi virtuosi di uso degli strumenti.

**Modalità d'esame:** colloquio orale.

### **Bibliografia essenziale del corso:**

Scandellari R., *Fai di te stesso un brand. Personal branding e reputazione on line*. Dario Flaccovio Editore, 2018.

Bettini A., Gavatorra F. *#personal storytelling. Costruire narrazioni di sé efficaci*. Franco Angeli Editore, 2015.

Foglio A. *Il marketing dell'arte. Strategia di marketing per artisti musei, gallerie, case d'asta, show art*. Franco Angeli Editore, 2009.

Fontana D., *Digital Copywriter. Pensa come un copy, agisci nel digitale*. Franco Angeli Editore, 2017

Testa, A.M., *La parola immaginata. Teoria, tecnica e pratica del lavoro del copywriter*. Rizzoli, 2013

Kotler P., *Marketing 4.0. Dal tradizionale al digitale*. Hoepli, 2017.